Die Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie Deutschlands.

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung der Doktorwürde
der hohen Philosophischen Fakultät
der Universität Marburg

vorgelegt von

Heinrich Meyerholz
aus Uelzen (Hannover).

Marburg a. L. 1920.
Buchdruckerei von Robert Noske in Borna-Leipzig.

Von der Philosophischen Fakultät als Dissertation angenommen am 5. April 1919.

Berichterstatter: Geh. Reg.-Rat Professor Dr. W. Troeltsch.

Meinen lieben Eltern!

Inhaltsverzeichnis.

Quellen.

Archiv für Buchgewerbe und Graphik.
Kartell-Rundschau.
Korrespondenzblatt der Gewerkschaften Deutschlands.
Papier-Zeitung. Berlin, Verlag Carl Hofmann.
Die Spritzmalerei.
Handbuch der deutschen Aktiengesellschaften. Verlag für Börsen- und Finanzliteratur A.-G., Berlin und Leipzig. Ausgabe 1917/18. Bd. 1 u. 2.
Frankfurter Wirtschaftsberichte 1902—1913.
Jahresberichte der Handelskammer Berlin 1902—1913.
Jahresberichte der Handelskammer Breslau 1910—1913.
Jahresberichte der Handelskammer Nürnberg 1910—1913.
Jahresberichte der Handelskammer Stuttgart 1905—1912.
Jahresberichte der Handelskammer Dresden 1901—1913.
Jahresberichte der Handelskammer Leipzig 1901—1913 und weitere Handelskammerberichte.
Jahresberichte verschiedener Aktiengesellschaften.
Hager, Die Papierindustrie, in Das Interesse der deutschen Industrie an den Handelsverträgen, herausgegeben vom Handelsvertragsverein. Berlin 1901.
Demuth, Die Papierfabrikation, in Die Störungen im deutschen Wirtschaftsleben während der Jahre 1900 ff. Schriften des Vereins für Sozialpolitik. Leipzig 1903.
Salzmann, Die Papierindustrie. Berlin 1911 bei Franz Siemenroth.
Cramer, Dr. Joseph, Die Entwicklung des Steindruckgewerbes in Deutschland. A. Deichertsche Verlagsbuchhandlung. Leipzig 1918.
Satzung des Verbandes deutscher Steindruckereibesitzer E. V. Gültig ab 1. 6. 1919.
Der Verband der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe seit seiner Gründung, 1. April 1891. Schrift zur Bugra 1914.
Jahresberichte des Verbandes der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe und des Verbandes der Buch- und Steindruckerei-Hilfsarbeiter und -arbeiterinnen.
Tarif für Deutschlands Chemigraphen und Kupferdrucker.
Tarif für das deutsche Lichtdruckgewerbe.
Tarifvertrag für das deutsche Lithographie- und Steindruckgewerbe. Gültig ab 1. 6. 1919.

Vierteljahrshefte zur Statistik des Deutschen Reiches.

Statistik der Lohn- und Arbeitsbedingungen 1908, herausgegeben 1909 vom Verband der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe.

Statistik über Betriebs-, Organisations- und Tarifverhältnisse, sowie über Arbeitszeit, Entlohnung des Hilfspersonals in Buch- und Steindruckereien. Aufgenommen im Januar 1911 vom Verband der Buch- und Steindruckerei-Hilfsarbeiter und -arbeiterinnen Deutschlands.

Zur Geschichte des Lohnkampfes 1911/12 im Lithographie- und Steindruckgewerbe und Die Arbeitsverhältnisse im Lithographie- und Steindruckgewerbe. Statistische Aufnahmen 1911 und 1913 vom Verbande der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe. Berlin 1916. Verlag Otto Sillier, Berlin N, Elsässerstr. 86/88.

Erstes Kapitel.

Art und Umfang der Industrie.

Die Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie ist ein Zweig der verhältnismäßig jungen, aber sehr expansionskräftigen Papier verarbeitenden Industrie.

Wie es für die meisten Industrien charakteristisch ist, daß die Schwerindustrien, die Rohstoff erzeugenden, gegenüber den weiterverarbeitenden Gewerben viel mehr ins Auge fallen, weil sie kompakter in Erscheinung treten, so findet man fast allgemein eine Unterschätzung der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie in ihrer Bedeutung gegenüber der Papierindustrie. Diese Unterschätzung zeigte sich unter anderem darin, daß mangels Fürsprache durch den Zentralverband Deutscher Industrieller der großen Papierverarbeitung, von der die Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie den Hauptteil bildet, eine Vertretung im Wirtschaftlichen Ausschuß beim Reichsamt des Innern versagt blieb, während die, zumal für den Export, viel weniger wichtige Papierindustrie bevorzugt wurde.

Auch die Wirtschaftswissenschaft hat die Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie als Stiefkind behandelt. Während über die Papierindustrie mehrere eingehendere Abhandlungen vorhanden sind, werden die volkswirtschaftlichen Verhältnisse jener nur selten gestreift.

Wie erklärt sich diese geringe Beachtung? Der Hauptgrund wird darin zu suchen sein, daß die Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie außerordentlich verzweigt und verästelt ist. Die Zahl der Erzeugnisse und die in der Industrie zur Anwendung gelangenden technischen Verfahren sind unendlich mannigfaltig. Daher läßt sich die Industrie als volkswirtschaftliche Einheit schwer herausschälen und stehen einer klaren Abgrenzung große

Schwierigkeiten im Wege. Erschwert wird die Beschreibung der Industrie noch dadurch, daß sie in ihrer inneren Struktur infolge starker Einflüsse der Mode und häufiger technischer Neuerungen in den letzten Jahrzehnten vielfache Änderungen erfahren hat.

Ferner wird manchen die Unbestimmtheit und Unklarheit der Begriffe von einer wissenschaftlichen Behandlung der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie abgeschreckt haben. Zumal die Bezeichnung „Luxuspapierwarenindustrie" findet sich in Handelskammerberichten und in der Praxis für einen ganz verschiedenen Kreis von Zweigen der Papier verarbeitenden Industrien angewandt. Nicht-Branchekundige werden durch den Ausdruck leicht irre geführt, indem sie die Fabrikation feiner Papiere darunter verstehen, während doch das Papier regelmäßig nur die Grundlage für das eigentliche Fabrikat bildet, das in dem auf dem Papier haftenden Druck oder in einer sonstigen Veredelung besteht.

Eugen Hager, der Geschäftsführer der „Vereinigung für die Zollfragen des Papierfachs" gibt in seiner Schrift „Die Papierindustrie"[1] folgende Begriffsbestimmung der Luxuspapierwarenindustrie: „Unter Luxuspapier-Industrie faßt man einmal diejenigen chromolithographischen Anstalten zusammen, welche Erzeugnisse des mehrfarbigen Steindrucks — teils als solche, teils nach einer mehr oder weniger umfangreichen Verarbeitung — in den Verkehr bringen; dann nennt man Luxuspapierfabriken aber auch diejenigen Betriebe, die sich überhaupt mit der Veredlung des Papiers beschäftigen und dann daraus Erzeugnisse herstellen wie Menü-, Tanz-, Gratulations- usw. Karten, Farbendruckbilder, Etiketten, Zigarrenausstattungen, Plakate und Reklamebilder, Spitzenpapiere, Bukettmanschetten, Blumen, Laternen, Lampenschirme, Kotillongegenstände usw."

Ganz frei von Unklarheiten ist diese Umgrenzung jedoch noch nicht. Außer den chromolithographischen Anstalten würden auch die Betriebe, die nach anderen graphischen Kunstdruckverfahren arbeiten, der Luxuspapierwarenindustrie zuzurechnen sein, sofern sie die oben bezeichneten Artikel herstellen. Dann kommt man aber dazu, zahlreiche Unternehmen mit einzubegreifen, die nur

[1] s. Quellenverzeichnis.

teilweise Luxuspapierwaren erzeugen, außerdem aber auch noch feine Kunstreproduktionen und andere Artikel herstellen, für die in der Praxis die Bezeichnung „Luxuspapierwaren" nicht gebräuchlich ist. Es ist nun nicht angängig, die Industrie nach den in der Praxis gebräuchlichsten Bezeichnungen zu zertrennen, da hierbei die volkswirtschaftlichen und technischen Einheiten zerrissen würden. Um aus dieser Schwierigkeit herauszukommen, habe ich die Bezeichnung „Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie" gewählt, wofür die Hagersche Definition gelten kann, wenn man auch die Fabrikation der meistens feineren Drucke, wie Kunstblätter, Illustrationsdrucke, Wertpapiere, sowie Spielkarten u. a., mit einbegreift.

Auf Vollständigkeit macht die von Hager gegebene Aufstellung der Fabrikate natürlich keinen Anspruch. Es ist kaum möglich, eine lückenlose Übersicht über alle Erzeugnisse der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie zu geben wegen der mannigfachen Verwendungszwecke auf allen Gebieten eines gesteigerten kulturellen Lebens. Fortwährend kommen neue Artikel oder neue Macharten in Aufnahme. Andere, denen die Mode abhold geworden ist, verschwinden. Das eine haben alle Fabrikate gemeinsam, daß sie bestimmt sind, dem Luxus zu dienen, oder doch den Bedarf in ansprechenderer und gefälligerer Form zu befriedigen, als es sonst möglich wäre.

Wie oben erwähnt, beschränkt sich die Technik nicht auf das chromolithographische Verfahren. Es kommen auch alle die anderen vielfältigen modernen graphischen Methoden zur Anwendung aus den Gebieten des Hoch-, Flach- und Tiefdruckes, über die einige nähere Ausführungen im zweiten Kapitel enthalten sind.

Papier bildet regelmäßig den Grundstoff der Fabrikate. Es können jedoch auch andere Materialien an seine Stelle treten, wie z. B. Seide oder Zelluloid, ohne daß dadurch der Charakter der Industrie verloren geht. Dagegen kann man die chromolithographischen Anstalten, die sich nur mit dem Bedrucken von Zigarettenschachteln, Dosen, Plakaten usw. aus Blech befassen oder sich dem Bedrucken von Wachstüchern, Stoffen usw. widmen, bei der Betrachtung der Luxuspapierwarenindustrie ausscheiden, trotzdem eine nahe technische Verwandtschaft nicht zu leugnen ist.

Die Schwierigkeiten der Abgrenzung haben auch dazu geführt, daß die Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie in allen statistischen Aufstellungen zerpflückt oder mit anderen Zweigen der Papier- oder polygraphischen Industrie zusammengeworfen oder doch so unklar getrennt ist, daß das statistische Material gar nicht oder nur mit großer Vorsicht zu gebrauchen ist. Bestimmte Zahlenangaben für die ganze Branche lassen sich aus diesen Gründen kaum machen. Man ist auf Teilangaben oder Schätzungen angewiesen. 1914 wird die Zahl der in der oben abgegrenzten Industrie Erwerbstätigen rund 100 000 betragen haben, annähernd etwa 0,75 % aller industriell Erwerbstätigen.

Zu scheiden von der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie sind zunächst die Papier bearbeitenden Industrien. Hierzu zählen unter anderen die Herstellung von Chromo- und Kunstdruckpapieren, photographischen, chemischen und medizinischen Papieren, von Durchpaus- und Polierpapier, die Kartonfabrikation, während die Bunt- und Vorsatzpapierfabrikation ihr sehr häufig mit zugezählt werden, da sie vielfach künstlerisch sehr hochstehende Schöpfungen in lithographischem Mehrfarbendruck liefern. Zu scheiden sind aber ferner von der Luxuspapierwarenindustrie die übrigen Papier verarbeitenden Gewerbe: Das Buch- und Zeitungsgewerbe, die Buchbinderei, die Geschäftsbücher- und Albumfabrikation, die Schreibkalender- und Kalenderblockfabrikation, die Kartonnagenindustrie, die Erzeugung von Briefumschlägen und Massenpackungen, wie Tüten, Lohnbeutel, Faltschachteln usw., die Fabrikation von Papiermaché- und Hartpapierwaren, die Papierwäscheindustrie, die Tapetenfabrikation.

Der Luxuspapierwarenindustrie nahe verwandt ist die ihr häufig zugerechnete Industrie der sogen. „Papierausstattung", das heißt die Aufmachung einer bestimmten Anzahl Briefbogen oder Kärtchen und Umschläge in meistens feineren Kassetten. Unter den gut 50 Fabriken, die sich in Deutschland diesem Fabrikationszweig gewidmet haben, betreiben die wichtigsten meistens zugleich Luxuspapierwarenfabrikation.

Zweites Kapitel.

Die Entwicklung der Industrie bis 1914.

Ihre in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts erfolgende Ausbildung als fabrikmäßig betriebene Großindustrie verdankt die Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie einer ganzen Reihe von technischen und volkswirtschaftlichen Ursachen.

Technisch grundlegend ist die Erfindung der Lithographie durch Aloys Senefelder 1796, der Kunst, eine Zeichnung mittels chemischer Kreide oder der Feder oder durch Gravieren so auf einer Solnhofener Schieferplatte zu entwerfen, daß sie, mit Farbstoff bedeckt, abgedruckt werden kann. Dieser sogen. „Flachdruck", auch „chemische Druckerei" genannt, beruht auf den sich widerstrebenden Eigenschaften von Fettstoff und Wasser.

Der Erfinder hatte den Steindruck für Arbeiten durchweg untergeordneter Art verwandt, für Notendruck, Buchdrucksätze, autographische Arbeiten usw. Dann erfolgte, besonders in München, Berlin und Hamburg seine Ausbildung zu rein künstlerischen Zwecken. Von etwa 1820 ab begann eine Ausbildung vorwiegend nach der gewerblich-technischen Seite hin.

Doch beschränkte sich die Technik nicht allein auf die immer vollkommenere Ausgestaltung des Farbensteindrucks. In der Entwicklung auch der übrigen Zweige der Kunstdruckerei wurden seit der Mitte des vergangenen Jahrhunderts außerordentliche Fortschritte gemacht und zahlreiche neue Verfahren mit vielen Spezialitäten erfunden.

Um eine fabrikmäßige Massenerzeugung zu ermöglichen, mußte vor allem eine Verbilligung der Erzeugnisse eintreten. Diese konnte — abgesehen von der in fast allen Industrien erfolgenden Mechanisierung und Teilung der Arbeit und Ersetzung von Handarbeit durch Maschinenarbeit — hauptsächlich erzielt werden durch eine Verminderung der Druckplattenherstellungskosten und durch eine Vermehrung der Leistungsfähigkeit der Pressen.

Im Farbensteindruck hat den Solnhofener Schiefer bis heute kein Ersatzmaterial als Plattenrohmaterial völlig verdrängen

können, trotzdem seine Schwere, seine Zerbrechlichkeit, häufig ungleichmäßige Beschaffenheit, die Kostspieligkeit besonders bei größeren Formaten sehr nachteilig sind. Seit etwa 1860 hat man daher die Steinplatten durch Zinkplatten (Zinkdruck), seit 1896 auch durch Aluminiumplatten (Aluminiumdruck) zu ersetzen versucht. Mit beiden Materialien hat man teilweise recht gute Erfolge erzielt. Die Aluminiumplatten weisen nur etwa $^1/_{50}$ des Gewichts und nur $^1/_{150}$ des Volumens einer Steinplatte auf, können also viel leichter gelagert werden und wie der Stein nach Abschleifen wiederverwandt werden. Die Sicherheit gegen Zerspringen ist größer, der Transport im Betriebe leichter und große Formate sind einfacher zu beschaffen, doch lassen sich vielfach nicht die Feinheiten wie beim Steindruck erzielen. Andere Druckverfahren ermöglichen den Gebrauch noch handlicheren Plattenmaterials. So druckt man beim eigentlichen Lichtdruck von Glasplatten, die mit einer Chromgelatineschicht überzogen sind.

In hohem Maße verbilligt wurde die Herrichtung der Platten für den Druck dadurch, daß man die kostspielige, hochqualifizierte Arbeitskräfte erfordernde Handzeichnung in vielen Fällen dadurch entbehrlich machte, daß man sich der photographischen Technik bediente. Diese phototechnischen Verfahren beruhen meistens auf der Lichtempfindlichkeit von Stoffen, die man unter einem photographischen Negativ dem Licht aussetzt, nachdem man Platten mit ihnen präpariert hat. Meistens werden die Platten dann durch Ätzen druckfähig gemacht.

Wirtschaftlich betrachtet, kennzeichnet sich der Fortschritt in den technischen Verfahren kurz folgendermaßen:

Die billigste Reproduktion beherrscht immer das Feld. Die Vorzugsstellung der größten Billigkeit hat im Laufe der Jahrzehnte aber unter den verschiedenen Verfahren gewechselt. Dadurch, daß ein Verfahren von anderen in Güte und Preishaftigkeit überholt wurde, ist dann meistens das natürliche, der Industrie innewohnende Bestreben nach technischen Fortschritten noch vermehrt worden. Mehrfach läßt sich beobachten, wie ältere, schon für überholt gehaltene Verfahren durch Verbesserungen wieder konkurrenzfähig werden.

In den Jahrzehnten nach seiner Erfindung verdrängte der Steindruck den teuren Kupferstich. Um 1850 wurde die Lithographie durch neue Fortschritte in der Holzschneidetechnik und durch das Aufkommen der Photographie vorübergehend beeinträchtigt [1]. Mehrere Jahrzehnte später büßte der Steindruck wiederum durch den um 1890 aufkommenden Drei- und Vierfarbendruck an Verbreitung ein. Dieser bedrängte besonders deshalb den Farbensteindruck schwer, weil weniger Fabrikationsdurchgänge erforderlich sind und die Dreifarbendruckplatten sowohl für die Buchdruck- als auch für die Licht- oder Steindruckpresse hergerichtet werden können. Durch Einführung leistungsfähigerer Maschinen, besonders der Offsetpresse, und Verbesserung der phototechnischen Reproduktionsweise ist es jedoch in den Jahren von 1910—1914 dem Farbensteindruck gelungen, den Dreifarbendruck wieder einzuholen [2].

In den letzten Jahren ist der Kupferdruck, der jahrzehntelang wegen seiner Kostspieligkeit nur für teurere Reproduktionen verwendbar war, durch Erfindung des Kupfertiefdrucks für Buchdruck und Steindruck ein gefährlicher Konkurrent geworden. Besonders in der Herstellung von billigen Massendrucken, von illustrierten Zeitschriften und Katalogen hat er sich in wenigen Jahren ein großes Feld erobert. Neuerdings begegnet man auch häufig Postkarten, die im Tiefdruckverfahren hergestellt sind.

Seit Anfang unseres Jahrhunderts haben ferner zwei Verfahren zur Herstellung von Luxuspapierwaren große Ausbreitung gefunden, die keine eigentlichen Druckverfahren sind. Das Bromsilberverfahren, auch Rotationsphotographie genannt, ist eine auf der Photographie beruhende Massenvervielfältigung, die besonders für Postkarten und Bilder Anwendung gefunden hat.

Prägung und Spritzverfahren in Verbindung miteinander werden besonders in der Gratulationskarten- und Kalenderrückenfabrikation angewandt, zuweilen auch das Spritzverfahren allein. Durch eine feine Düse wird ein Luftstrom, der vorher in einer

---

[1]) Cramer S. 28.

[2]) Wagner, „Der Flachdruck auf der Bugra 1914" im Archiv für Buchgewerbe und Graphik.

Farblösung mit Farbpartikelchen getränkt ist, auf Papier oder geprägte Pappe gelenkt, wo unter Benutzung von Schablonen sehr zarte Farbwirkungen, insbesondere feine Tönungen, hervorgerufen werden können. Wegen der verhältnismäßig geringen Anlagekosten und der niedrigen einmaligen Kosten für neue Muster hat dies Verfahren große Vorzüge.

Mit den aufgeführten Verfahren ist deren Zahl bei weitem nicht erschöpft. Eine ins einzelne gehende Beschreibung führt jedoch über den Rahmen dieser Arbeit hinaus.

Durch die sich wechselseitig fördernden technischen Fortschritte wurde eine billige Massenproduktion ermöglicht und so die technische Voraussetzung geschaffen für eine steigende Ausbildung der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie als Großindustrie.

Außerordentlich groß ist auch die durch die Vervollkommnung der Maschinen, insbesondere der Pressen, erzielte Verfeinerung und Verbilligung der Produktion. Nicht nur die Tagesleistung der Druckpressen wurde im Laufe der Jahrzehnte außerordentlich erhöht, von Bedeutung war auch die beträchtliche Vergrößerung der Druckformate. Die staunenswerten Leistungen der Buchdruckpressen sind durch die verschiedenen Kunstdruckpressen wegen der größeren Schwierigkeit der Drucke jedoch noch nicht erreicht.

Ein gutes Bild für die maschinentechnische Entwicklung im Steindruck gibt die Übersichtstafel 7 in der Schrift des Verbandes der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe zur Bugra 1914.

Der Erfinder des Steindrucks, Aloys Senefelder, bediente sich einer Stangenpresse, die, von der Hand bedient, bei kleinerem Format täglich wenig mehr als 100 Drucke lieferte. 1846 wurde die erste Schnellpresse für Steindruck in England gebaut. Es erfolgten dann stetig Verbesserungen, bis in unserem Jahrhundert mit Einführung der Rotationsschnellpressen, zunächst der Rotary-, dann seit 1910 der Offset- (Rotations-Gummidruck-) Maschine sehr große Fortschritte gemacht wurden. 1913 liefen allein in den deutschen Steindruckereien mehr als 3500 Schnellpressen und ungefähr 260 Rotationsmaschinen. Die Offsetmaschine kann bis 1500 Drucke stündlich und mehr leisten, je nach der Geschicklichkeit des Einlegers. 4000 bis 5000 Drucke täglich an der Flachdruck-

maschine und 10000 bis 15000 an Rotationsmaschinen werden von guten Arbeitern erreicht[1]).

Neben diesen technischen waren mannigfache wirtschaftliche Ursachen maßgebend für die Entstehung und Entwicklung der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie.

Der seit den zwanziger Jahren des 19. Jahrhunderts steigende Wohlstand in fast allen Kulturstaaten hatte eine große Vermehrung des Verbrauches von Luxusgegenständen zur Folge. Gleichzeitig trat eine Verfeinerung des Geschmacks ein, die vielfach eine zweckmäßigere und ansprechendere Befriedigung des Bedarfes verlangte, als sie früher stattgefunden hatte.

Die meisten Zweige der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie gebrauchen, wenn sie florieren sollen, einen großen Markt für ihre Erzeugnisse, da die einmaligen Kosten für Original, Platte usw. häufig recht hoch sind und das einzelne Erzeugnis um so billiger kommt, je größer die Auflage ist, auf die jene einmaligen Kosten sich verteilen. Die Expansionskraft der Industrie ist daher außerordentlich groß. Günstig für das Ausdehnungsbestreben war früher die in den meisten Staaten herrschende Zollfreiheit der Fabrikate. Die Regierungen gingen vielfach von dem Gesichtspunkte aus, daß die Kunstdrucke, wobei dieser Begriff meistens recht weit gedehnt wurde, Werke der bildenden Künste seien, die zur Bildung des Geistes und ästhetischen Gefühls der Bevölkerung beitragen, und daher, wie auch die Werke der Literatur, vom Zolle frei zu lassen seien. Manchen neuaufkommenden Artikeln, wie Glückwunsch- und Ansichtspostkarten, Kalenderrücken usw., wurde die Eroberung fremder Absatzmärkte vielfach dadurch erleichtert, daß sie infolge ihrer Neuheit in den fremden Zolltarifen nicht berücksichtigt waren und frei eingingen.

Die außerordentliche Entwicklung des Verkehrswesens, außer der Verbilligung besonders auch die erhebliche Beschleunigung des Verkehrs, erleichterte oder ermöglichte überhaupt erst für die deutsche Industrie die Versorgung entfernterer Märkte. Kann der Amerikaner sicher sein, in bestimmter, nicht zu langer Frist bestellte Ware aus Deutschland zu erhalten, entscheidet er sich

[1]) Die Arbeitsverhältnisse S. 229.

häufig für den Import; würde die Lieferung dagegen längere Zeit in Anspruch nehmen, muß die Anfertigung im eigenen Lande erfolgen, sofern nicht überhaupt auf den Verbrauch der Ware verzichtet wird.

Die Einführung des Einheitsportos seit 1840 und die daraus folgende starke Vermehrung des Postverkehrs ließ einen beträchtlichen Bedarf an Luxuspapierwaren zu Zwecken schriftlicher Mitteilungen entstehen. Es bildete sich die Sitte aus, an gewissen Festtagen Glückwunschkarten zu versenden. Durch die häufigen Vergnügungsreisen wurde die große Nachfrage nach Ansichtspostkarten mit hervorgerufen.

Die steigende Intensität des Wirtschaftslebens führte in den letzten Jahrzehnten des 19. Jahrhunderts zu einer früher ungekannten Ausdehnung der Reklame. Diese bediente sich aber in großem Maße der Fabrikate der Luxuspapierwarenindustrie.

Die oben dargelegten technischen und wirtschaftlichen Ursachen führten in der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts zur Ausbildung der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie als fabrikmäßige Großindustrie.

Einen lebhaften Aufschwung nahm die Industrie seit den 70er Jahren, nachdem der deutsch-französische Krieg vermehrten Geldreichtum, kräftiges Leben und neue Bedürfnisse in der deutschen Wirtschaft hatte entstehen lassen. Besonders der Farbensteindruck gewann in jenen Jahren eine große Ausdehnung. Die in den meisten Staaten bestehende Zollfreiheit für die Erzeugnisse ermöglichte es der deutschen Industrie, sich bedeutende ausländische Absatzmärkte zu erobern und in den meisten Zweigen eine unbestrittene Vorrangstellung vor allen fremden Industrien zu erringen. Die in Deutschland früher relativ billigen Arbeitslöhne und Rohmaterialien erleichterten den Export noch.

Große Verdienste um die Entwicklung der deutschen Luxuspapierwarenindustrie erwarb sich Wolf Hagelberg. Aus dem Lithographenberufe hervorgegangen, arbeitete er sich aus den bescheidensten Verhältnissen empor. Im Alter von 24 Jahren gründete er in Berlin 1849 eine Steindruckerei, 1858 eine Luxuspapierwarenfabrik. 1863, 1874, 1881, 1892/93 entstanden die großartigen Fabrikanlagen des Hagelbergschen Unternehmens in

der Marienstraße zu Berlin, der größten Luxuspapierfabrik der Erde. Wolf Hagelberg gebührt das Verdienst, in vielen Beziehungen bahnbrechend vorgegangen zu sein und dem ganzen Industriezweig mannigfache Anregungen gegeben zu haben. Er wandte statt des Handpressen- den Steindruckschnellpressendruck für Auflagen als erster an; er soll die heute in der ganzen Welt verbreiteten, gestanzten und geprägten chromolithographischen Reliefbilderbogen erfunden haben; er führte das Gelatinieren und den Heiß-Goldprägedruck auf gelatinierten Bogen in Deutschland ein. 1877 beschäftigte er schon etwa 600 Arbeiter. Der größte Teil der Erzeugung wurde nach England und Amerika ausgeführt. Hauptsächlich wurden hergestellt Gratulationskarten, Heiligenbilder, Bilderbogen, Öldruckbilder, Reliefs, Märchenbilder, Papeterien mit Bildern und Prägung geziert, Packungen für Bonbons, Schokoladen und Parfümerien in reichem Gold- und Farbendruck, Menüs, Wandsprüche, Bilderbücher, Bunt- und Vorsatzpapiere, Kotillonorden und Patenbriefe, Blumentopfhüllen, Plakate, Lampenschirme, Wunschkarten mit Druck auf Atlas, Aquarellnachbildungen, Spitzenpapierfabrikate usw.[1]).

Nach einem Bericht der Berliner Kaufmannschaft über Handel und Industrie im Jahre 1876 bestanden damals in Berlin ungefähr 50 Luxuspapierwarenfabriken, von denen 8 mit Motoren arbeiteten und die zusammen 2500 Arbeiter beiderlei Geschlechts beschäftigten, worunter 400 zwischen 14 und 16 und 2100 über 16 Jahre zählten. Der Umsatz für 1876 wurde auf rund 16 Millionen Mk. geschätzt[2]).

1880 war das Geburtsjahr des Plakats als Kampfmittel im Wirtschaftsleben. Um diese Zeit kam das Reklamewesen in großem Stil auf. In den ersten Jahrzehnten ihres Bestehens ließ sich die Plakatindustrie vielfach große Geschmacklosigkeiten zuschulden kommen. Zum Teil hatte dies seine Ursache in ungenügender künstlerischer Fähigkeit der Lithographen, die ihr Gewerbe zu handwerksmäßig betrieben, zum Teil aber auch in dem unentwickelten Geschmack des Publikums. Später erkannte man

[1]) Cramer S. 37/38.
[2]) Papierzeitung, Jahrg. 1877, Nr. 12.

den Wert geschmackvoller Ausführung immer mehr, und im letzten Jahrzehnt ist das Reklameplakat in hohem Maße künstlerischen Einflüssen zugänglich geworden. Heute hat die Plakatindustrie in Deutschland eine ganz gewaltige Ausdehnung gewonnen.

Die zunehmende fabrikmäßige Herstellung und Aufbereitung von Nahrungs- und Genußmitteln, Waschmitteln, Drogen usw. in gewissen Marken führte zur Entstehung einer umfangreichen Etiketten-, Originalpackungs- und Beilagebildchenfabrikation. Besonders großen Umfang erlangte die Herstellung von Zigarrenpackungen. Statt, daß wie früher, sofern nicht Rauchtabak konsumiert wurde, die Zigarren in rohen Kisten geliefert wurden, wurde es mit steigendem Wohlstand und Wettbewerb üblich, die Kästchen der besseren Sorten mit meistens auf chromolithographischem Wege hergestellten Ausstattungen gefällig zu bekleben.

Eine große Beliebtheit als Zugabeartikel an die Kundschaft errangen sich die Kalender. Die Erzeugung von Kalenderrücken, die meistens einen Reklameaufdruck der ausgebenden Firma erhalten, ist von großer Bedeutung geworden, viel größerer jedenfalls, als aus der deutschen Außenhandelsstatistik hervorzugehen scheint.

Von besonders großer Bedeutung für die Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie ist das Aufkommen der Ansichtspostkarte seit dem Ende der 80er Jahre des vorigen Jahrhunderts gewesen. Die Ansichtspostkartenmode eroberte sich im Fluge die ganze Welt und erreichte um 1910 einen Höhepunkt. Im Kriege erreichte dann der Ansichtspostkartenverbrauch einen früher nicht geahnten Umfang. Seit dem Waffenstillstand ist allerdings eine jähe Stockung im Absatz eingetreten. Zuerst überwogen gewöhnliche, vielfach äußerst geschmacklose Macharten, die aber durch den verfeinerten und wählerischen Geschmack des kaufenden Publikums und dank der technischen Fortschritte im Laufe der Jahre mehr und mehr Feld verloren an die feineren, oft hochkünstlerischen Ausführungen.

Die Ausbildung guten Geschmacks hat auch günstig eingewirkt auf den Absatz von Kunstdrucken für Zimmerschmuck und Buchillustrationen. Auch hier, wie in fast allen Zweigen der Industrie,

ist ein Steigen des Absatzes der künstlerisch wertvollen, feinen, auf Kosten der gewöhnlicheren Macharten zu bemerken.

In besonders starkem Maße machte sich der Aufschwung der Industrie in den 70er und 80er Jahren des vorigen Jahrhunderts geltend. Er schuf in den Kreisen der Unternehmer bedeutende Vermögen und führte zur Entstehung zahlreicher moderner Großbetriebe.

Seit Anfang der 90er Jahre machten sich ein Erstarken der ausländischen Konkurrenz und Schädigungen durch die Zollpolitik verschiedener Einfuhrstaaten geltend (z. B. brachte der Mac Kinley-Tarif in den Vereinigten Staaten 1892 $33^1/_3$ % Wertzoll auf Farbendruckbilder). Jedoch blieb die Geschäftslage im ganzen gut, besonders infolge der steigenden Nachfrage nach Ansichtskarten, wenn sich auch für verschiedene Fabrikate, z. B. Hänger[1]), der Absatz sehr ungünstig gestaltete.

Abgesehen von einer unbedeutenden Depression in den Jahren 1900—1902 hielt die befriedigende Lage bis zum Jahre 1906 an. 1903 berichtet die Berliner Handelskammer z. B. von einer Überhäufung mit Aufträgen. Nachtarbeit mußte zu Hilfe genommen werden. Die Besteller waren froh, wenn sie ihre Aufträge unterbringen konnten. Zahlreiche Unternehmungen arbeiteten ganz überwiegend für den Export und erzielten meistens glänzende Gewinne. Besonders groß war die Bedeutung der Ausfuhr für die Chromolithographie, von deren Erzeugnissen rund 75 % ins Ausland gingen.

Die günstige Konjunktur hatte ein ungesundes Zuströmen von Kapitalien in die Industrie zur Folge, abgesehen davon, daß ein großer Teil der hohen Gewinne zur Ausdehnung der Betriebe diente. Große Summen wurden in der Zeit von 1895 bis 1905 in der Industrie investiert. Durch Vergrößerung und Verbesserung der maschinellen Anlagen wurde eine große Steigerung der Produktion herbeigeführt in der Erwartung, daß die günstige Entwicklung von Bestand sein werde.

Da brachte die Erneuerung der Handelsverträge auf Grund

---

1) Cramer S. 46—48.

des deutschen Zolltarifs von 1902 starke Zollerhöhungen in den meisten, für die Ausfuhr in Betracht kommenden Staaten.

Seit 1892 waren zwar schon von vielen Staaten auf Kunstdrucke Zölle eingeführt worden mit der Begründung, daß fabrikmäßig hergestellte Reproduktionen Zollfreiheit nicht beanspruchen könnten, auch Glückwunschkarten usw. waren vielfach nicht mehr frei, aber diese Zölle hielten sich im allgemeinen in mäßigen Grenzen, auch in den um 1900 erneuerten Handelsverträgen. Eine weitere Ausbreitung des Absatzes der deutschen Industrie hatten sie nicht verhindern können. Um 1906 wurden jedoch viele wichtige Auslandsmärkte den deutschen Kunstdrucken und Luxuspapierwaren teilweise durch prohibitive Zölle, die eine Höhe von 50—100 % des Wertes der Waren und mehr erreichten, völlig verschlossen.

Obwohl von verschiedenen Seiten die Gefahr, welche die Erhöhung der Zölle für die deutsche Industrie bedeutete, klar erkannt und eindringlich auf ihre katastrophalen Folgen hingewiesen war (z. B. von Hager), wurden die Lebensinteressen der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie, die vom Inlandsabsatz nicht bestehen kann, von der deutschen Regierung beim Abschluß der Verträge nicht genügend gewahrt. Die Erzeugnisse der graphischen Industrie dienten der Schutzzollpolitik der syndizierten Halbfabrikat- und Rohstoffindustrien als Kompensationsobjekte.

Die ausländischen Regierungen ließen sich bei der starken Erhöhung der Zölle teilweise von der Absicht leiten, der eigenen Industrie im Wettbewerb gegen die deutsche einen Vorsprung zu geben, so Frankreich, Österreich-Ungarn, Rußland, Schweden, die Schweiz, Italien, die Vereinigten Staaten u. a., teilweise wollten sie durch hohe Schutzzölle überhaupt erst die Anregung zur Entstehung nationaler Industrien geben. Leider hatten diese Bestrebungen meistens nur zu guten Erfolg.

Vielfach entsprangen die Zollerhöhungen aber auch rein finanzpolitischen Absichten, so in den meisten mittel- und südamerikanischen Republiken. Da die Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie, um die erheblichen einmaligen Kosten auf hohe Auflagen verteilen zu können, ein großes Absatzgebiet gebraucht, hat sie in kleineren Staaten mit wirtschaftlich wenig intensivem

Leben keine Entwicklungsmöglichkeiten, von der Fabrikation einzelner Artikel abgesehen. Aber trotzdem hat auch nach solchen kleineren Staaten, in denen die hohen Zölle keine heimische Konkurrenz hervorriefen, meist eine starke Verminderung der Ausfuhr im Gefolge der Zollerhöhungen stattgefunden. Es handelt sich bei den Artikeln eben um Luxuswaren. Sobald diese über einen gewissen Preis verteuert werden, werden sie von den breiten Massen in erheblich geringerem Umfange verbraucht.

Infolge des Verlustes der zahlreichen Absatzmärkte stellten sich für die deutsche Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie starke Absatzstockungen ein, die gegen Ende des Jahres 1906 stark in Erscheinung zu treten begannen. Besonders hart betroffen wurden der Farbensteindruck, von dessen Erzeugnissen bis dahin etwa 75 % ins Ausland gingen, und der Lichtdruck, der hauptsächlich Postkarten mit örtlichen Ansichten produziert.

Vor 1906 gab es im Auslande fast keine Lichtdruckereien. Die ganze Welt wurde fast ausschließlich von Deutschland mit Lichtdrucken versorgt. Infolgedessen gelangte die deutsche Lichtdruckerei zu hoher Blüte. Die schon bestehenden Lichtdruckereien vergrößerten ihre Betriebe um das Doppelte und Dreifache. Zahlreiche neue Unternehmungen entstanden. Infolge der Einführung außerordentlich hoher Schutzzölle in den Einfuhrländern entstanden dort heimische Anstalten, die, zum großen Teil mit Hilfe deutscher Arbeiter, den Bedarf des eigenen Landes zu weit geringeren Preisen und innerhalb kürzerer Lieferfrist zu decken vermochten, wenn sie auch die Güte der deutschen Fabrikate meist nicht erreichen konnten. So gingen an früher bedeutenden Abnehmern Österreich-Ungarn, Italien, Frankreich, die Schweiz und Schweden verloren [1]. Den schwersten Schlag erlitt jedoch das deutsche Lichtdruckgewerbe, als ihm 1909 sein Hauptexportland, die Vereinigten Staaten, durch Prohibitivzölle abgeschnitten wurde. Der Zoll wurde für Postkarten mit Ansichten von Landschaften der Vereinigten Staaten auf 15 Cent das lbs. und 25 % vom Wert, für die übrigen lithographischen Karten und Bilder von 5 Cent auf 8—9 Cent das lbs. erhöht.

---

[1]) Jahresbericht der Handelskammer Berlin 1911.

Im Farbensteindruck wie im Lichtdruck ist das in Schnellpressen, Platten usw. angelegte stehende Kapital besonders groß. Eine Umstellung der Betriebe auf anderweitige Fabrikation war nach Verlust der Absatzmärkte nicht möglich. Die Maschinen usw. sind nur für Spezialzwecke zu verwenden. Auch die besonders hohe technische Ausbildung der in der Industrie Erwerbstätigen stand einer Umstellung entgegen.

Es blieben daher den ihrer Absatzmöglichkeiten beraubten Fabrikanten nur die drei Möglichkeiten, ihre Betriebe still zu legen, oder auf dem Inlandsmarkte und den verbleibenden Auslandsmärkten für die verlorene Kundschaft Ersatz zu suchen, oder die Fabrikation in das durch Zölle geschützte Ausland zu verlegen.

Die Stillegung fand tatsächlich in erheblichem Umfange statt, und zwar teilweise in der Form, daß der Betrieb geschlossen und die Arbeiter entlassen wurden, worauf dann meistens vollständige Liquidation der Unternehmungen erfolgte wie bei einigen Unternehmungen in Frankfurt a. M. von 1909 bis 1913[1]). In anderen Betrieben erfolgte eine Einschränkung der Produktion durch Stilllegung eines Teiles der Pressen.

In beiden Fällen waren die Nachteile außerordentlich groß. Außer den erheblichen Zinsverlusten war besonders schwerwiegend, daß die ungenutzten Maschinen wegen der gerade in den folgenden Jahren schnellen technischen Fortschritte rasch veralteteten und infolgedessen mit hohen Sätzen abgeschrieben werden mußten.

In den Betrieben, die einen Teil ihrer Pressen stillgelegt hatten, blieben die allgemeinen Geschäftsunkosten ziemlich die gleichen oder sanken nur unwesentlich, so daß sich der Selbstkostenpreis der Erzeugung auf den noch arbeitenden Pressen gegen früher erhöhte. Die Reserven an stillgelegten Maschinen verhinderten in den folgenden Jahren vielfach eine Besserung der Lage in den betroffenen Branchen durch aufsteigende Konjunkturen. So wird z. B. von den chromolithographischen Anstalten im Handelskammerbezirk Breslau für das Jahr 1910 berichtet, daß trotz günstiger Entwicklung des Verbrauchs im Inlande eine Besserung in der Lage der Industrie nicht eintrat, da entsprechend

[1]) s. Frankfurter Wirtschaftsberichte 1909 und 1913.

den erhöhten Absatzmöglichkeiten infolge des unterbundenen Exports stillgelegte Maschinen wieder flott gemacht wurden.

Zu Stillegungen entschlossen sich die Fabrikanten natürlich nur in den hoffnungslosen Fällen. Das Nächstliegende war, sich auf dem Inlandsmarkte und den noch verbleibenden Auslandsmärkten Ersatz für die verlorene Kundschaft zu suchen. Die Mehrzahl beschritt diesen Weg und führte dadurch einen außerordentlich heftigen Wettbewerb auf den noch offenen Märkten herbei.

Dieser Wettbewerb betätigte sich hauptsachlich in drei Richtungen: dem Drücken der Preise, der Verschlechterung der Verkaufsbedingungen und einer ganz unwirtschaftlichen Vermehrung der Zahl und Häufigkeit der Bemusterungen. Um „in das Geschäft zu kommen", bewilligten die neuen Wettbewerber den Abnehmern vielfach Schleuderpreise. Die alten Lieferanten mußten, wenn sie ihre Kundschaft behalten wollten, das Schleudern mitmachen. So griffen die Schleuderpreise, anfangs vereinzelt in Erscheinung tretend, bald immer mehr um sich und führten in kurzer Zeit zu einer starken Zerrüttung des Marktes. Wie oben bereits angedeutet, trug zum Ruin des Geschäfts wesentlich mit bei das übermäßige Herausbringen von Neuheiten. Außer zu einer unwirtschaftlichen Ausnutzung der Originale und Platten führt dies dazu, daß auf Vorrat hergestellte Ware schnell veraltet und dann als Ramsch losgeschlagen werden muß. Dadurch wird der Markt für reguläre Waren weiter beeinträchtigt.

Die Verluste an auf Vorrat gefertigter Ware veranlaßten viele Unternehmer, möglichst nur noch auf feste Bestellungen hin zu arbeiten. Das hatte wegen des Saisoncharakters der meisten Branchen der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie eine sehr ungleichmäßige Ausnutzung des stehenden Kapitals und, neben zeitweiser Überarbeit, periodisch wiederkehrende Arbeitslosigkeit zur Folge.

Neuaufkommende Verfahren, die eine Verbilligung oder Verbesserung der Produktion brachten, erhöhten vielfach noch die Absatzschwierigkeiten, mit denen die älteren Branchen, besonders Farbensteindruck und Lichtdruck zu kämpfen hatten.

Die verschärfte Konkurrenz gab vielfach Anlaß zu technischen Verbesserungen, zur Einstellung leistungsfähigerer Maschinen.

Hierdurch wurde die Lage der weniger rentierenden oder mit älteren Einrichtungen versehenen Betriebe noch ungünstiger. Das schnelle Tempo des technischen Fortschrittes hatte häufig zur Folge, daß Maschinen, obwohl an sich noch gut brauchbar, durch die Einführung leistungsfähigerer Typen in Konkurrenzbetrieben vorzeitig entwertet wurden und ihre regelrechte Amortisation nicht durchgeführt werden konnte.

In verschiedenen Fällen veranlaßte die Einführung von Schutzzöllen die deutschen Unternehmer, einen Teil ihrer Fabrikation in die durch Zölle geschützten Gebiete zu verlegen. Dieses geschah in verschiedenen Formen. Vielfach ließen deutsche Fabriken in den durch Zoll geschützten Ländern durch dortige Betriebe von ihren Platten gegen feste Bezahlung Druckauflagen herstellen, die sie dann selbst vertrieben. Nach mehreren Berichten der Handelskammer Berlin gingen ferner chromolithographische Anstalten dazu über, Umdrucke an französische, österreichische, italienische und amerikanische Firmen abzugeben, um wenigstens ihre einmaligen Kosten zum Teil zu decken. Ferner suchte man durch Ausfuhr mancher Artikel als Halbfabrikate Zoll zu sparen. So wurden z. B. 1911 weißgeprägte Kalenderrückwände nach Frankreich ausgeführt, um dort durch Spritzverfahren veredelt zu werden [1]).

In anderen Fällen jedoch führte die Errichtung der Schutzzollschranken zu einer vollständigen Auswanderung der deutschen Industrie. Es wurden Maschinen im Auslande aufgestellt. Das zur Bedienung nötige technische Personal siedelte dorthin aus Deutschland über. In der Folge wurden dann oft die Beziehungen zur Heimat lockerer, dadurch daß die Betriebe von besonderen Zweigfirmen übernommen wurden, soweit solche nicht schon gleich zur Einrichtung gegründet waren.

Andererseits sind vielfach ausländische Importeure, wenn ihnen die deutschen Waren durch die Zollerhöhungen zu teuer einzustehen kamen, zu eigener Produktion übergegangen. Häufig zogen sie dabei deutsche Arbeiter heran und verwandten deutsche Maschinen und Halbfabrikate. Als z. B. 1909 der Zoll für Abziehbilder in den Vereinigten Staaten auf 65 cts das lbs (etwa 6 Mk. das Kilo) herauf-

[1]) Bericht der Handelskammer Berlin 1911.

gesetzt wurde, bezogen die Amerikaner nur noch die Lithographien aus Deutschland und druckten dann selbst[1]. Die auswandernden Arbeiter brachten die durch langjährige Mühen und Erfahrungen gewonnenen und verbesserten, oft als Geheimnis gehüteten, Betriebsmethoden im Auslande zur Anwendung und schädigten so die Interessen der deutschen Industrie schwer. Auf diese Weise hat Deutschland einen Teil seiner Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie besonders an die Vereinigten Staaten, Frankreich, England und Rußland verloren.

Die außerordentlich große Verzweigung der deutschen Industrie brachte es natürlich mit sich, daß die Lage nicht in allen Branchen gleichmäßig ungünstig war. Auch hat die im allgemeinen schlechte Lage nicht ausgeschlossen, daß einzelne Fabrikationszweige dank technischer Vorsprünge oder der Pflege von Spezialitäten, Gunst der Mode oder erfolgreicher Organisation der Produzenten auch in ungünstigen Jahren rentierten. Im allgemeinen zeigte es sich, daß die Betriebe, welche bessere Macharten herstellten, die meistens einen Zoll eher tragen, im Ausland vielfach nicht erzeugt werden können und denen die Nachfrage sich mehr zuwandte, weniger schwer unter der ungünstigen Konjunktur zu leiden hatten und immer noch leidliche Beschäftigung fanden. Die Unternehmungen dagegen, die mittlere und billige Waren herstellten, waren großenteils gezwungen, ihre Betriebe einzuschränken oder die Preise herabzusetzen. Sie wurden durch die Zollerhöhungen, da der Zoll zumeist nach dem Gewicht der Ware erhoben wird, viel härter getroffen. Diese Erscheinungen ließen sich in allen Branchen in fast gleicher Weise beobachten.

Der Export derjenigen Artikel, die eine erheblichere manuelle Bearbeitung erfordern, wie Buch-, Klapp-, Zug-, Taufkarten, Krippen usw., erfuhr eine verhältnismäßig geringere Einschränkung, zumal nach den Vereinigten Staaten. Dem Amerikaner liegen diese Arbeiten nicht. Sie sind ihm zu langweilig und mühsam, und er überläßt sie gern dem Deutschen, während er selbst mehr die maschinelle Produktion bevorzugt.

Weniger litten unter der ungünstigen Entwicklung auch die

---

[1]) Bericht der Handelskammer Nürnberg 1910.

nach dem Präge- und Spritzverfahren arbeitenden Betriebe. Teils wurden die gespritzten Artikel nicht so stark von den Zollerhöhungen betroffen wie die übrigen Artikel, teils war es bei diesem Verfahren infolge der Entbehrlichkeit großer einmaliger Ausgaben leichter möglich, dem übertriebenen Verlangen nach Neuheiten entgegenzukommen. Im allgemeinen jedoch gestaltete sich die Lage in der deutschen Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie in den Jahren vor dem Kriege immer ungünstiger.

Einen Ausgleich für die sinkenden Verkaufspreise konnten die Unternehmer nicht finden durch billigeren Einkauf der Rohstoffe. Zunächst machen die Rohmaterialienkosten nur 15—20 % der Verkaufspreise bei den besseren Qualitäten aus, bei den gewöhnlichen Macharten im Mittel 25 %[1]). Die Preise der benötigten Rohmaterialien zeigten jedoch auch in den schlechten Jahren vielfach steigende Tendenz, zum Teil mit deshalb, weil ihre Erzeuger sich organisiert hatten.

Viel bedeutsamer für die Selbstkosten sind die Arbeitslöhne, auf die im allgemeinen 50 % und mehr entfallen[1]). Ein Drücken der Löhne war nicht möglich wegen der vorzüglichen Organisation der Arbeiterschaft, besonders des meistens sehr zielbewußten Vorgehens des Verbandes der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe, der 1914 74,5 % der Berufsgenossen umfaßte. Obwohl die gelernten Arbeiter zu den bestbezahlten der deutschen Industrie gehören, haben sie selbst bei ungünstiger Lage der Branche durch geschlossenes Vorgehen mehrfach Lohnerhöhungen und Arbeitszeitherabsetzungen erzwungen. Dabei sind größere, die Branche schwer schädigende Lohnkämpfe eigentlich nur in der Farbensteindruckbranche vorgekommen. Vom 1. Juni bis 15. August 1906 erfolgte nach vereinzelten Streiks eine allgemeine Aussperrung der organisierten Lithographen und Steindrucker. Der hierdurch für das Steindruckgewerbe verursachte Schaden wurde auf 4 000 000 Mk. berechnet, wovon etwa je die Hälfte auf Arbeitgeber und Arbeitnehmer entfiel. Aus ähnlicher Veranlassung fand im Oktober 1911 eine Aussperrung der organisierten Gehilfen statt,

---

[1]) Seit Ausbruch des Krieges ist der Anteil der Rohmaterialienkosten erheblich größer, der der Arbeitslöhne geringer geworden.

die sich bis zum 1. Februar 1912 hinzog. Während dieser Zeit lagen im Deutschen Reiche rund 300 Steindruckereien still. Nur wenige Druckpressen konnten in Gang gehalten werden. Die Verlagsdruckereien konnten zunächst ihre Kunden noch längere oder kürzere Zeit aus den Lagervorräten befriedigen. Viel schwerer waren die Lohndruckereien betroffen, die von vornherein vielfach den ganzen Betrieb stillegen mußten. Der Streik bezw. die Aussperrung brachte den Unternehmern und Arbeitern Verluste in Höhe von rund 10 000 000 Mk. Die Branche erlitt manchen dauernden Schaden. Viele Auslandsabnehmer sahen sich nach anderen Bezugsquellen um, weil die deutschen Fabrikanten nicht liefern konnten. Zahlreiche Drucke, die sonst auf chromolithographischem Wege hergestellt waren, wurden nach anderen Verfahren gemacht. Besonders schädlich waren die Störungen in der Herstellung der Musterkollektionen. Infolge verspäteter Herstellung der Muster büßten manche Fabriken einen großen Teil ihrer Frühjahrsaufträge ein. Diese schweren Schädigungen, verstärkt durch die allgemeine ungünstige Lage, führten dazu, daß bald zahlreiche, auch größere und früher gutgehende Betriebe mit Schwierigkeiten zu kämpfen hatten. Mehrfach wurden Unternehmungen in Gesellschaften m. b. H. umgewandelt, um das Risiko zu beschränken. Nicht wenige Unternehmer zogen es vor, ihre Betriebe völlig aufzulösen. Die Zahl der Konkurse war außerordentlich zahlreich.

1914 machten sich einige Zeichen einer Besserung bemerkbar. Der Export nach den Vereinigten Staaten begann sich unter dem Einfluß des Wilson-Tarifes, der, wenn auch mäßige, Zollherabsetzungen brachte, wieder zu heben. Da traf der Ausbruch des Krieges die deutsche Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie als der schwerste wirtschaftliche Schlag, den sie je erlitten hatte.

Drittes Kapitel.

Der Aufbau der Industrie.

Mehrfach wurde oben erwähnt, daß in der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie eine weitgehende Veräftelung eingetreten ist.

Eine Spezialisation der Unternehmungen auf einzelne Verfahren findet sich besonders dann, wenn diese ganz besondere technische Kenntnisse und Fähigkeiten sowohl des Produktionsleiters als auch der ausführenden Kräfte erfordern. Das ist z. B. der Fall beim Kupferstich, beim Lichtdruck und Farbenlichtdruck, beim Autochrom- und Bromsilberverfahren, beim Farbensteindruck und bei der Abziehbilderfabrikation. Die Notwendigkeit der Festlegung großer Kapitalien bei Ausübung eines Verfahrens, besondere Patentkosten usw., fördern die Spezialisation.

Die „Prägung und Spritzung" hat gegenüber den Druckverfahren einen besonderen technischen Charakter. Auch kleinere Unternehmungen können in dieser Branche, ohne sich in zu große Unkosten zu stürzen, ansehnliche Musterkollektionen führen. Deshalb haben sich manche Betriebe auf diese Technik spezialisiert.

Eine Spezialisation der Unternehmungen auf einzelne Fabrikate findet sich vor allem dort häufig, wo die Artikel sich durch einen besonderen Charakter und durch eine ihnen eigentümliche Vertriebsweise auszeichnen. So gibt es Fabriken, die auf die Herstellung von religiösen Drucken, von Plakaten, von Postkarten, von Zigarrenpackungen, von Etiketten, von Wertpapieren, von Spielkarten spezialisiert sind. Je weiter diese Spezialisation geht, um so gefahrvoller werden in vielen Fällen Konjunkturschwankungen, werden die Launen der Mode, die Folgen von neuen Steuern und Abgaben für den Absatz der Erzeugnisse. Diese Industriezweige haben daher meistens vermehrte Ursache, danach zu streben, sich durch Sicherung des Absatzes auf den Märkten vieler Länder von den besonderen Verhältnissen in einem einzelnen Staate unabhängig zu machen.

In größeren Unternehmungen sind — abgesehen von Verfahren, die nur zur Ergänzung anderer dienen, wie z. B. Buchdruck zur Anbringung von Inschriften oder Reklameaufdrucken oder Prägung — häufig grundverschiedene Verfahren, wie Farbensteindruck, Kupferdruck und Bromsilberfabrikation, vereinigt, die dann allerdings in der Regel in betriebstechnisch selbständigen Abteilungen betrieben werden. Mehrere Arten von Drucktechniken müssen dort gepflegt werden, wo das Produkt aus kombinierten Erzeugungsmethoden hervorgeht, z. B. beim Autochrom- und Chromolichtdruck.

Das Bestreben, der Produktion verwandte Artikel „mitzunehmen", die allgemeinen Kosten auf eine größere Produktion zu verteilen, ist häufig maßgebend gewesen für diese Vereinigung. Ein Absatz von bestimmter Höhe ist in den Artikeln mehrerer Branchen zusammen leichter zu erzielen als in einer einzelnen. Auch wird der Vertrieb der Fabrikate leichter mit steigender Mannigfaltigkeit der angebotenen Artikel. Durch Integration können größere Unternehmungen ihren Absatz in gewissem Grade unabhängig vom Großhandel gestalten.

In manchen Fällen sind Unternehmungen deshalb zur Aufnahme neuer Fabrikationstechniken geschritten, weil die bisher von ihnen gepflegten Verfahren schlechte Erträgnisse aufwiesen. Es wurden dann unter Beibehaltung der alten Fabrikationsabteilungen neue, nach den aussichtsreicheren Verfahren arbeitende, angegliedert. So wandten sich mehrere bedeutende Berliner chromolithographische Anstalten der Bromsilberfabrikation deshalb mit zu, weil sie einen Ausgleich für die ungünstige Lage im Farbensteindruck gewinnen wollten. Durch die Produktion nach mehreren Verfahren kann gewissermaßen eine Risikoverteilung erzielt werden.

Der deutsche Betrieb, der die vielseitigsten Verfahren vereinigt, ist wohl die Reichsdruckerei. Nach den Berichten von der Bugra 1914 wandte sie u. a. an: Buch- und Steindruck mit seinen verschiedenen Abarten, Kupferdruck, Heliogravüre und Kupfertiefdruck, Photolithographie, ein- und mehrfarbigen Lichtdruck, Stahl- und Kupferstich. Übrigens beschränkt die Reichsdruckerei ihre Tätigkeit nicht auf die Herstellung von Wertpapieren, Postwertzeichen und amtlichen Drucksachen, sondern sie hat z. B. auch Nachbildungen Dürerscher und Rembrandscher Stiche und Publikationen herausgebracht, die für die Privatindustrie zu umfangreich oder nicht lohnend waren.

Die Herstellung verschiedener Fabrikate ist, abgesehen von den im vorigen Abschnitt angeführten Artikeln, auch in Privatunternehmungen die Regel. Durch eine Vergrößerung der Mannigfaltigkeit der Produkte vermindert sich das Absatzrisiko — vorausgesetzt, daß die einmaligen Kosten nicht unverhältnismäßig wachsen.

Klimschs Adreßbuch der Druckereien des Deutschen Reiches von 1908 enthält eine Aufstellung über „einfache" und „gemischte" Betriebe. Hierbei sind jedoch nur die Druckverfahren berücksichtigt. Es geht aus ihr nicht hervor, welche Betriebe auch die Bromsilberfabrikation, die Präge- und Spritztechnik, oder die Weiterverarbeitung der Drucke zu eigentlichen Luxuspapierfabrikaten betreiben.

Von 1548 Betrieben, die in Zahlorten des Buch- und Steindruckereihilfsarbeiterverbandes ihren Sitz und also wohl größtenteils fabrikmäßigen Charakter haben, entfielen damals auf:

Steindruck	612
Lichtdruck	44
Kupferdruck	18
„Reine" Betriebe	674

Stein- und Buchdruck	755
Licht- und Buchdruck	15
Kupfer- und Buchdruck	5
Stein-, Buch- und Lichtdruck	30
Stein-, Buch- und Kupferdruck	18
Stein-, Buch- und Blechdruck	3
Buch-, Licht und Kupferdruck	2
Buch-, Stein-, Licht- und Kupferdruck	9
Stein- und Lichtdruck	19
Stein- und Kupferdruck	8
Stein- und Blechdruck	5
Stein-, Licht- und Kupferdruck	2
Stein-, Kupfer- und Blechdruck	1
Licht- und Kupferdruck	2
„Gemischte" Betriebe	874

Die Aufstellung zeigt, in welch starkem Maße die Kunstdruckverfahren sich auch mit dem Buchdruck vereinigt finden. Immerhin wird die Zahl der Betriebe, die wirtschaftlich wirklich gemischten Charakter tragen, geringer sein, als der Anschein erweckt wird. In vielen Fällen wird das eine oder das andere Verfahren nur gelegentlich nebenbei ausgeübt, z. B. der Buchdruck zur Anbringung der Inschriften und Aufdrucke. Andererseits gewinnen die ge-

mischten Betriebe dadurch wieder an Bedeutung, daß unter ihnen sich hauptsächlich die größeren Unternehmungen befinden. Von den durch die Statistik des Lithographenverbandes erfaßten Firmen waren 1911 einfache Betriebe 829 = 50,7%, gemischte 807 = 49,3%, 1913 einfache 663 = 40,6%, gemischte 972 = 59,4%. In den gemischten Betrieben war Lithographie und Steindruck im Jahre 1913 Nebenbetrieb in 581, Hauptbetrieb in 391 Fällen [1]).

Die Kombination mehrerer Fabrikationsstufen ist in der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie wenig ausgebildet, weil die Rohstoffe und Halbfabrikate in der Regel an den Kosten der Fertigfabrikate nur relativ geringen Anteil haben. Auch werden so viele verschiedene Sorten von Rohstoffen, besonders von Farben und Papieren verbraucht, daß eine eigene Anfertigung nur in wenigen Fällen lohnen würde. Die bedeutenderen Unternehmungen der Industrie weisen an sich schon eine große Vielseitigkeit auf. Würden sie noch zur Kombination mehrerer Produktionsstufen schreiten, könnte ihre Übersichtlichkeit leicht gegefährdet werden. Eine Kombination finden wir daher in Deutschland nur in bescheidenen Grenzen. Viele Unternehmungen der Luxuspapierwarenindustrie verarbeiten die selbsterzeugten Postkarten, Bromsilberbilder und Phantasiepapiere weiter zu konfektionierten Kalenderrücken, Luxuskartonnagen und anderen Artikeln. Gestanzte Oblaten werden zu Zugkarten zusammengeklebt usw. Die Neue Photographische Gesellschaft A.-G., Berlin-Steglitz, stellt das photographische Papier für ihre Bromsilberkarten selbst her. Die Kunstanstalt vorm. Etzold & Kießling A.-G. Crimmitschau, unterhält eine Chromo- und Buntpapierfabrik für eigenen Bedarf [2]). Hermann Schött A.-G., Rheydt, richtete 1907 eine eigene Chromopapierfabrik ein [3]).

Eine interessante Kombination in der englischen graphischen Industrie zeigt die Oxford University Press. Ursprünglich ein Druck- und Verlagsunternehmen, hat sie im Laufe der Jahre zahlreiche Zweige des graphischen und Papiergewerbes aufgenommen.

---

[1]) Die Arbeitsverhältnisse S. 12.

[2]) Handbuch der d. A.-G. 1917/18 I S. 1827.

[3]) desgl. S. 1844.

Sie stellt Papier- und Druckfarben in eigenen Betrieben her, hat u. a. eine eigene Gravieranstalt, Zinkätzerei, Lithographie, betreibt Steindruck, Buchdruck usw. Es handelt sich hier jedoch um einen Ausnahmefall. So weit verzweigte Unternehmungen können immer nur vereinzelt und zufällig auftreten.

Die Arbeitsteilung innerhalb der einzelnen Betriebe der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenfabrikation ist in den meisten Branchen außerordentlich weit vorgeschritten. Sie geht um so weiter, je höher die technischen Anforderungen an den einzelnen Arbeiter sind, je größere besondere Kenntnisse und Fertigkeiten die verschiedenen Tätigkeiten erfordern. Unter den gelernten Gehilfen ist allgemein die Arbeit der Herrichtung der Druckplatten von der Ausführung des Drucks getrennt. (Entsprechend der Trennung in Setzer und eigentliche Buchdrucker unter den Buchdruckergehilfen.) Diese Scheidung ist so scharf durchgeführt, daß häufig die Herstellung und Herrichtung der Druckplatten abgezweigt wird und in besonderen Unternehmungen stattfindet. (Graphischen Anstalten, siehe S. 34.)

Aber auch innerhalb jeder der beiden großen Gruppen gibt es zahlreiche Spezialarbeiter. Im Tarif für Deutschlands Chemigraphen und Kupferdrucker, gültig ab 1. 1. 1914, sind z. B. für 22 verschiedene Gehilfenkategorien Mindestlöhne festgesetzt (namentliches Verzeichnis s. unten S. 72). Die Aufstellung gibt ein Bild, wie weit die Arbeitsteilung gediehen ist, wenn auch selten alle diese 22 Arten Gehilfen in einem Betriebe vertreten sein werden.

Die gelernten, meistens hochwertigen und hoch zu lohnenden Kräfte werden jedoch nur für die technisch schwierigsten Arbeiten verwandt. Der Effekt ihrer Leistungen wird, soweit möglich, durch Handreichungen billigerer Arbeitskräfte erhöht. Mädchen werden z. B. den Druckmaschinenmeistern als Bogenfängerinnen oder Anlegerinnen zugeteilt und arbeiten mit ihnen Hand in Hand.

Für viele Arbeiten werden männliche Hilfsarbeiter verwendet, die zum Teil eine Lehre durchgemacht haben. Auch unter den Hilfsarbeitern besteht weitgehende Arbeitsteilung. So gibt es neben ungelernten Saalarbeitern für allgemeine Arbeiten Steinschleifer zum Abschleifen der lithographischen Steine, Farbenreiber

zum Bereiten und Einreiben der Druckfarben, Präger, Anleger, Sortierer usw.

Bei der Feinheit des technischen Getriebes einer Kunstdruckerei und Luxuspapierwarenfabrik — beim Farbensteindruck sind z. B. bis zu 20 Fabrikationsdurchgänge erforderlich — ist zur Herstellung der Fabrikate das Zusammenarbeiten von zahlreichen Kräften notwendig.

Der Großbetrieb ist in der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie hauptsächlich dann entstanden, wenn

1. die betriebenen Verfahren die Festlegung erheblichen stehenden Kapitals erfordern,
2. die betriebenen Verfahren neuen, monopolartigen Charakter aufweisen und technische Schwierigkeiten bieten,
3. die Produkte einen Absatz in sehr hohen Auflagen zulassen,
4. die Ausarbeitung umfangreicher Musterkollektionen notwendig ist und die Ungewißheit des Erfolges des einzelnen Dessins eine möglichste Vergrößerung der Kollektion zum Ausgleich des Risikos für die einzelnen Muster ratsam erscheinen läßt,
5. für einen großen, schwer zu überblickenden, meistens internationalen Absatzmarkt produziert wird.

Riesenbetriebe wie in der Schwerindustrie finden sich nun allerdings nicht, wie ja der Charakter der Industrie auch kaum erwarten läßt. Eine starke Ausbildung hat der Großbetrieb unter den Berliner chromolithographischen Anstalten und Luxuspapierwarenfabriken gefunden. Das größte Unternehmen war vor dem Kriege wohl die W. Hagelberg A.-G., Berlin, eine Familiengründung, mit 3 200 000 M. Aktienkapital und in guten Zeiten rund 3000 Beschäftigten.

Die gewerbliche Betriebszählung vom 12. Juni 1907 ergab folgende Zahlen, wobei allerdings eine ganze Anzahl von Zweigen der Luxuspapierwarenfabrikation fehlen, die das Gesamtbild jedoch nicht wesentlich verschieben dürften:

	Kleinbetriebe (1—5 Perf.)		Mittelbetriebe (6—50 Perf.)		Großbetriebe (51 u. mehr Perf.)		Insgesamt	
	Betriebe	Personen	Betriebe	Personen	Betriebe	Personen	Betriebe	Personen
Stein- und Zinkdruckereien	1464	3 225	816	13 588	141	17 699	2421	34 512
Kupfer- und Stahldruckereien	80	129	29	467	3	710	112	1 306
Farbendruckereien	374	640	212	4008	76	10 077	662	14 725
Buchdruckereien	3902	10 950	4123	65 481	486	57 777	8511	134 208

Die Zahlen für den Buchdruck zeigen, wie im Kunstdruck, besonders im Farbendruck, der Großbetrieb stärker entwickelt ist als im Buchdruck.

Die Klein- und Mittelbetriebe haben zumeist dort noch den Vorrang, wo es sich um die Versorgung eines enger begrenzten Marktes handelt. So wird z. B. die Merkantillithographie, die sich mit der Herstellung von Briefköpfen, Katalogen usw. für Zwecke des Handels und mit sonstigen, meistens kleineren und Gelegenheitsarbeiten befaßt, sehr viel im Kleinbetrieb ausgeübt. Die Techniken, die verhältnismäßig geringe Kapitalanlagen und einmaligen Kosten beanspruchen wie das Spritzverfahren, werden mit Vorliebe auch von kleineren Betrieben gepflegt. Diese haben sich besonders auch den Fabrikationszweigen zugewandt, die viel Handarbeit erfordern und häufig die Heranziehung der Heimarbeit in größerem Umfange gestatten.

Kapitalschwache Kleinbetriebe haben, soweit sie nicht Spezialitäten pflegen, nicht nur zu den auch in anderen Industrien in Erscheinung getretenen Schäden geführt, nämlich, daß sie die Preise auf ein unlohnendes Niveau drückten, daß sie — besonders den ungelernten Arbeitern — zu geringe Löhne zahlen, nichts für Fabrikwohlfahrt tun usw. Sie haben in der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie außerdem vielfach das Kunstempfinden der breiten Massen schwer geschädigt dadurch, daß sie höchst geschmacklose Dessins auf den Markt brachten, weil es ihnen an Mitteln für gute Originale fehlte.

Die ganze Entwicklung drängt auch in der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie zum Großbetriebe hin, wenn auch im letzten Jahrzehnt die ungünstige Konjunktur eine weitere Stärkung der meisten Großbetriebe hemmte.

Die Form der Aktiengesellschaft findet sich naturgemäß in den dem Großbetrieb vorteilhaften Zweigen vertreten, also vor allem in der Chromolithographie und in der Bromsilberfabrikation.

Eigenartig ist, daß von den Aktiengesellschaften der chromolithographischen und Luxuspapierwarenbranche meines Wissens keine durch Neugründung ins Leben gerufen ist, sondern daß sie alle durch Umwandlung bestehender Betriebe entstanden sind. Diese auffällige Erscheinung hat verschiedene Ursachen.

Eine Ursache ist, daß die Kundschaft wegen des Charakters der Fabrikate und der mannigfaltigen Zusammensetzung der Aufträge ziemlich stabil ist und große Betriebe in dieser Industrie nicht plötzlich neu geschaffen werden können, sondern langsam aus sich selbst heraus wachsen müssen. In der Fabrikation der Verlagsartikel hängt der Erfolg eines Jahres davon ob, wie die Muster vom Markt aufgenommen werden. Ein neugegründeter Betrieb läuft große Gefahr, daß seine Muster keinen genügenden Eingang finden und er dadurch von Anfang an in eine ungünstige Lage gerät, weil die hohen Kosten für die Muster verloren sind. Ein alteingeführter Betrieb läuft diese Gefahr in weit geringerem Maße, auch pflegen alteingeführte chromolithographische Anstalten über ein reiches Material vorhandener Lithographien zu verfügen, aus welchen durch Zusammensetzung, Abänderung oder Ergänzung immer wieder neue Dessins mit geringeren Kosten geschaffen werden können.

Häufig ist die Aussicht auf hohe Gründergewinne die Veranlassung zur Umwandlung von Privatunternehmungen in Aktiengesellschaften gewesen. Es ist in der Luxuspapierwarenindustrie besonders schwierig, die Einschätzungen von Anlagen und Warenvorräten zu kontrollieren. Warenvorräte in alten Mustern haben häufig nicht entfernt mehr den Herstellungswert, können aber leicht dazu dienen, die Bilanzen zu verschleiern, hohe Werte und günstige Ergebnisse vorzutäuschen. Bei Umwandlungen wurden die eingebrachten Anlagen und Vorräte meistens viel zu hoch be-

wertet. Es ist dies mit ein Grund dafür, daß die Mehrzahl der Aktiengesellschaften so wenig erfreuliche Betriebsergebnisse aufzuweisen hat.

Wenig solide Gründungen wurden vielfach dadurch erleichtert, daß der Kapitalstrom, durch die hohen Gewinne der günstigen Jahre angelockt, in ungesundem Maße der Industrie zuströmte. Die häufige Überkapitalisierung schon bei der Gründung hat mit dazu beigetragen, daß Kapitalerhöhungen bestehender Gesellschaften nur selten vorkamen. Dagegen sind Sanierungen und durch Not erzwungene Fusionierungen häufig erfolgt.

Besonders seitdem der Abstieg der Konjunktur begonnen hat, sind auch zahlreiche Umwandlungen von Einzelunternehmungen und offenen Handelsgesellschaften in Gesellschaften mit beschränkter Haftung erfolgt. Häufig war der Grund der, daß die Unternehmer, die in den guten Jahren zu Wohlhabenheit gelangt waren, nun in den schlechten Zeiten nicht das ganze Erworbene aufs Spiel setzen, ihre Fabrik jedoch auch nicht verkaufen wollten oder konnten. Mehrfach auch sind Gesellschaften m. b. H. gebildet worden, um die Betriebe von in Konkurs geratenen Unternehmungen zu übernehmen.

In einzelnen Fällen sind dagegen Umwandlungen durchaus einwandfrei vor sich gegangen. Die Kapitalien, die investiert werden mußten, wurden den Besitzern zu beträchtlich, das Risiko zu groß, und die Umwandlung erfolgte, besonders bei einigen chromolithographischen Anstalten, in dem Bestreben, die angelegten Kapitalien zu mobilisieren. Auf dem Wege des Verkaufs ist diese Mobilisierung oft schwer zu erzielen, da für so große, Spezialkenntnisse und persönliche Mitarbeit erfordernde Unternehmungen sich schwer Käufer finden.

Die folgenden Angaben über 29 Aktiengesellschaften der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie sind dem Handbuch der Deutschen Aktiengesellschaften, Ausgabe 1917/18, Bd. 1 u. 2, entnommen und durch Zeitungsnotizen ergänzt. Bei den Gesellschaften, deren Geschäftsjahr nicht mit dem Kalenderjahr zusammenfällt, findet sich das Ergebnis unter der Rubrik des Jahres eingereiht, in das der größere Teil des Geschäftsjahres oder das 2. Halbjahr

fällt. Ein * hinter dem höchsten Aktienkapital besagt, daß das Kapital diese Höhe gegenwärtig nicht mehr hat.

Die Aufstellung beleuchtet scharf die trostlose Lage der Industrie in den Jahren nach 1906. Die Aktiengesellschaften, welche befriedigende Ergebnisse aufzuweisen hatten, wie Etzold & Kießling, Emil Pinkau & Co., Hermann Schött, Vereinigte Stralsunder Spielkartenfabriken und E. Wunderlich & Comp., betreiben Spezialfabrikationen und sind auch zumeist weniger stark auf den Export angewiesen.

Ist für die Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie die Form der Aktiengesellschaft überhaupt geeignet? Eigentlich ist sie es recht wenig. Die Leitung erfordert besondere kaufmännische und technische Befähigung, sie stellt an den Geschmack und die Kenntnis des Marktes besonders hohe Anforderungen. Tatsächlich ist es oft schwer gewesen, für die Leitung der Aktiengesellschaften die geeigneten Persönlichkeiten zu finden, wenn die Begründer oder bisherigen Inhaber sich vom Betriebe zurückzogen.

Ein sehr erheblicher Teil der Aktiengesellschaften sind übrigens Familiengründungen, und bei ihnen fallen die Schwierigkeiten fort.

Im übrigen ist die gesellschaftliche Verwaltung bei Unternehmungen der Luxuspapierwarenindustrie so kompliziert, daß nach sachverständigem Urteil diese in früheren, besseren Zeiten nur etwa $^{2}/_{3}$ der Rente abwarfen wie entsprechende Privatbetriebe (Demuth).

Für die Wahl des Standortes der Unternehmungen der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie sind die Rohmaterialien nicht maßgebend, da auf sie in der Regel nur ein untergeordneter Kostenanteil an den Fertigprodukten entfiel[1]).

Dagegen ist die Entwicklung der Industrie in hohem Maße beeinflußt worden von dem Vorhandensein einer Bevölkerung, die für die Arbeiten besonders geeignet ist. Es liegt die Annahme nahe, daß z. B. in Leipzig, Stuttgart, Berlin und Frankfurt a. M. die Entstehung der Kunstdruckereien durch das Buchdruckgewerbe angeregt worden ist. Arbeiter, die in einer verwandten Industrie teils schon durch Generationen tätig gewesen sind, werden sich in

---

[1]) Nach Kriegsausbruch ist hierin eine Änderung eingetreten.

die schwierige Technik des Kunstdrucks leichter hineinfinden. Abgesehen hiervon fördert das Buchgewerbe den Kunstdruck direkt durch Erteilung von Aufträgen für Illustrationsdrucke usw. Auch erleichtert der Buchhandel den Absatz der Kunstdrucke und Luxuspapierwaren.

Berlin ist der Hauptstandort der deutschen Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie. Die großstädtische Berliner Bevölkerung zeigt, auch in den breiten Massen, gegenüber der Provinzbevölkerung einen verfeinerten Geschmack, mehr Sinn für Eleganz, der besonders auch bei der Konfektionierung von Luxuspapierwaren zur Geltung kommt. So behauptet die Berliner Fabrikation von Kotillon- und Karnevalartikeln in besseren, originelleren Neuheiten durchaus das Feld, obwohl sächsische und thüringische Fabriken, weil sie niedrigere Löhne zahlen, mit billigeren Angeboten auf den Markt kommen[1]). Was für diese Artikel gilt, kann man verallgemeinern. Die Berliner Industrie bevorzugt die feinen, eleganten Ausführungen und bleibt so gegen die „Provinz“ konkurrenzfähig, die im allgemeinen niedrigere Löhne zahlt und hauptsächlich gewöhnlichere Macharten zu entsprechend geringeren Preisen herstellt. Besonders gilt dies für die Breslauer chromolithographische Industrie, die etwa 30—40 % billiger verkauft als die Berliner und Frankfurter Fabriken.

Die Reklameartikelindustrie hat ihren Sitz hauptsächlich in den Zentren des Wirtschaftslebens. Die Packungsindustrie hat sich im Anschluß an die Industrien angesiedelt, für die sie ihre Erzeugnisse herstellt.

So ist die Fabrikation der Zigarrenpackungen besonders am Niederrhein verbreitet. Auch die Merkantillithographie ist großenteils nach örtlichen Absatzmärkten orientiert. Der Erzeugung von Artikeln mit religiösem Charakter, wie Heiligenbildern, Kommuniontäfelchen, Krippen usw. hat großenteils in Wallfahrtsorten oder deren Nähe ihren Sitz, wie in Kevelaer, München-Gladbach, Einsiedeln usw.

Durch die Spielwarenindustrie angeregt ist die Nürnberger chromolithographische Industrie. Besondere Spezialitäten dieser

---

[1]) Bericht der Handelskammer Berlin für 1905.

sind bunte Kinderbilderbücher, Spiele aus Papier und Pappe und Abziehbilder.

Besonders starken Einfluß der Kunst bemerkt man in der Münchener Industrie. Schon in der ersten Hälfte des vorigen Jahrhunderts entwickelten sich hier graphische Kunstanstalten, die vielfach hoch künstlerische Erzeugnisse aufzuweisen und ihre Bedeutung bis heute gewahrt haben.

Die Kunstdruck- und Luxuspapierindustrie beschäftigt mehrere Hilfsindustrien. Von großer Bedeutung ist die Beschaffung der Druckplatten. Chromolithographische Anstalten müssen — früher war das in noch höherem Maße der Fall — sehr erhebliche Kapitalien in Steinplatten festlegen. Selbst in kleineren Anstalten wertet das Plattenlager in lithographischen Steinen 8—10000 Mk.; in größeren Geschäften steigt es bis zu Hunderttausenden[1]).

Die Solnhofener Schieferbrüche, in denen der für Aufnahme lithographischer Zeichnungen geeignete Schiefer gefunden wird, sind ja weltbekannt. Sie haben ein Monopol, denn es sind bis jetzt anderwärts noch keine vollwertigen Steine gefunden worden. Beschäftigt sind in den Brüchen rund 1500 Arbeiter[2]). Gebrauchte Platten können durch Abschleifen übrigens viele Male wieder verwendungsfähig gemacht werden.

In den letzten Jahrzehnten hat mit Aufkommen des Zink- und Aluminiumdrucks auch die Herstellung von Zink- und Aluminiumplatten größere Bedeutung gewonnen. Aluminiumplatten werden besonders von einer Berliner Gesellschaft hergestellt. Die Fabrikation von Zinkplatten beschäftigt mehrere größere Betriebe.

Abgezweigt von der Kunstdruckindustrie einerseits und der Papierfabrikation andererseits hat sich die Herrichtung des Kunstdruckpapiers für die Aufnahme des farbigen Druckes durch Präparieren mit Kreide, Bleiweis usw. Sie wird in Deutschland von mehreren bedeutenden Unternehmungen betrieben, darunter einigen Aktiengesellschaften. Die in den einzelnen Kunstdruckbetrieben verbrauchten Mengen an den verschiedenen Papiersorten sind ver-

---

[1]) Hesse: „Das Gesamtgebiet des Aluminiumdrucks", Archiv für Buchgewerbe und Graphik 1904.

[2]) Brockhaus'-Konv.-Lexikon unter „Solnhofen".

hältnismäßig so gering, die benötigten verschiedenen Qualitäten sind so zahlreich und die Papierherrichtung ist mit solchen speziellen technischen Schwierigkeiten verknüpft, erfordert so besondere Einrichtungen, daß sich eine Herstellung im eigenen Betriebe auch bei größeren Unternehmungen in der Regel nicht empfiehlt.

Von der Kunstdruckindustrie einerseits und der chemischen Industrie andererseits hat sich die Druckfarbenindustrie abgezweigt die gleichfalls größere Unternehmungen aufweist. Die Zahl der im Handel befindlichen und von der Technik für die verschiedenen Zwecke benötigten Sorten Druckfarben ist außerordentlich groß, je nachdem, ob sie für Deckzwecke, Lasurzwecke usw. oder für welches der verschiedenen Druckverfahren sie Verwendung finden sollen.

Die Kapitalien, die in den letzten Jahrzehnten von der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie für Druckpressen und andere Maschinen aufgewendet worden sind, waren sehr beträchtlich. Häufig mußten infolge des schnellen Tempos der technischen Fortschritte Maschinen durch neue ersetzt werden, ehe ihre Lebensdauer abgelaufen war. Zumeist im Anschluß an und angeregt durch die Buchdruckpressenindustrie ist, besonders in Leipzig, Berlin, Frankenthal, Offenbach und Johannisberg, eine bedeutende Fabrikation von Flach-, Tief- und Lichtdruckpressen entstanden.

Die Herrichtung der Platten für den Druck, die graphische und phototechnische Behandlung, Ätzung usw. lassen vielfach die Kunstdruckereien im eigenen Betrieb vornehmen. In vielen Fällen ist dieser Teil der Fabrikation aber auch abgezweigt und wird von besonderen lithographischen oder chemigraphischen Anstalten ausgeübt. Die graphischen Anstalten pflegen sehr oft Spezialitäten. Die feinsten, hochkünstlerischen Erzeugnisse gehen großenteils aus ihnen hervor. Einen Anhalt, wie weit diese Teilung der Fabrikation erfolgt ist, geben die Ermittlungen des Lithographenverbandes. Von den durch die Statistik erfaßten ausschließlichen Lithographie- und Steindruckbetrieben hatten beides 1911:367, 1913:278, nur Lithographie 1911:119, 1913:97, nur Steindruck 1911:343, 1913:288[1]).

---

[1]) Die Arbeitsverhältnisse S. 12.

Viertes Kapitel.

Produktions- und Absatzverhältnisse.

Der Unternehmer kann von seinem privatkapitalistischen Standpunkt aus die Produktion hauptsächlich auf zwei Arten vornehmen. Er kann einmal nach fest auf „Anfertigung" erteilten Aufträgen arbeiten lassen, oder er kann im eigenen „Verlag" Waren herstellen.

Die „Anfertigung" bietet weniger Risiko, dafür aber meistens auch geringere Gewinnmöglichkeiten. Sie erfolgt häufig für die direkten Verbraucher, so besonders die von Merkantilarbeiten, wie Briefköpfen und Katalogen, Originalpackungen, Etiketten, Plakaten usw. Bei der Herstellung dieser Artikel sind meistens zahlreiche Wünsche des Bestellers zu berücksichtigen, so daß sich ein Dazwischentreten des Handels nur unter besonderen Umständen, wie beim Export, empfiehlt. Der Handel macht die Verhandlungen, die zum Zustandekommen eines Auftrages auf „Anfertigung" häufig nötig sind, leicht schwerfällig. Das Einschleichen von Irrtümern wird sehr erleichtert.

In der Regel kommen die Aufträge auf Anfertigung so zustande, daß der Fabrikant dem Interessenten einen Entwurf einreicht mit Preisen für die verschieden hohen Auflagen. Die scharfe Konkurrenz hat vielfach die Unternehmer veranlaßt, diese Entwürfe unberechnet zu liefern, trotzdem sie häufig erhebliche Auslagen erfordern. Dadurch wurde Mißbrauch großgezogen. Firmen, die nur unerhebliche Aufträge zu vergeben hatten, veranstalteten eine große Musterkonkurrenz unter den verschiedenen Fabrikanten, ohne daß diese eine Ahnung davon hatten, und veranlaßten sie so häufig zu Ausgaben für die Entwürfe, die den Wert des ganzen Auftrages überstiegen. Unter den Fabrikanten haben sich daher vielfach Bestrebungen geltend gemacht, gewünschte Entwürfe nur gegen Berechnung zu liefern, die bei fester Erteilung des Auftrages verrechnet werden kann; aber sie haben nicht zu vollem Erfolge geführt.

In vielen Fällen erfolgt die „Anfertigung" für Rechnung des Großhandels, nämlich besonders dann, wenn dieser die Funk-

tion des Verlegers übernimmt. So werden Postkarten und Bilder mit örtlichen Ansichten meistens, Kunstdrucke und Genrepostkarten sehr häufig vom Handel oder besonderen Verlagsanstalten verlegt, welche zumeist die Originale und häufig sogar die Platten liefern. Die Fabriken leisten dann „Lohndruckerei".

Das Geschäft in Postkarten mit örtlichen Ansichten spielt sich meistens so ab, daß die Fabrikanten Kollektionen von Mustern der verschiedenen Macharten vorlegen mit Preisen für bestimmte Auflagen, 500, 1000, 1500 usw. Der Besteller liefert dann mit seinem Auftrag photographische Aufnahmen, nach denen die Karten angefertigt werden sollen und vermerkt seine besonderen Wünsche über Retusche, Farbengebung usw.

Neben größeren arbeiten besonders die kleineren Betriebe auf Anfertigung, letztere häufig ausschließlich. Dadurch, daß die Fabrikation nur auf feste Bestellung hin erfolgt, vermindert sich das Risiko und der Kapitalbedarf; andererseits ergeben sich für den Fabrikanten große Schwierigkeiten, seinen Betrieb gleichmäßig zu beschäftigen, da er ganz auf das Eingehen der Aufträge angewiesen ist. Die Betriebe, die vornehmlich Illustrations- und Kunstdrucke herstellen, können allerdings ihre Beschäftigung gleichförmiger gestalten, da die Aufträge ziemlich regelmäßig einzugehen pflegen. Weniger eilige Arbeiten können oft in Reserve gehalten werden. Die im Merkantilfach arbeitenden Unternehmungen haben dagegen unter dem hier von Saison und Konjunktur stark beeinflußten, ungleichmäßigen Eingehen der Aufträge weit mehr zu leiden.

Diese Nachteile schwächen die Unternehmer großenteils dadurch ab, daß sie außer der „Anfertigung" noch einen eigenen „Verlag" betreiben. Das Risiko und die Kapitalerfordernis steigt in diesem Falle erheblich. Es ist schon mehrfach darauf hingewiesen worden, daß bei den meisten Kunstdrucken die einmaligen Kosten sehr hoch sind und einen großen Teil der Kosten des Fabrikats ausmachen. Um einen lohnenden Absatz erzielen zu können, muß der Fabrikant seine Musterkollektionen möglichst stattlich gestalten und eine mannigfaltige Auswahl bieten. Bei größeren Unternehmungen sind Kollektionen von 50—100 Dessins eines Artikels keine Seltenheit. Für alle diese Dessins müssen die

Kosten für das Original und für die Herrichtung der Platten, für Probedrucke, Anfertigung von Mustern und Aufmachung dieser in Kollektionen oft $^1/_2$—1 Jahr oder noch früher ausgelegt werden, ehe der erste feste Auftrag erteilt wird [1]. Größere chromolithographische Anstalten mit Verlag haben jährlich bis zu 500 000 Mk. Auslagen für Zeichnungen und Platten.

Die Dessins muß der Produktionsleiter auswählen, ohne daß er weiß, welchen Weg die Mode zur Zeit des Absatzes der Artikel gehen wird. Nur der Absatz der letzten Kollektionen und scharfsichtige Beobachtung des Marktes können ihm gewisse Richtlinien geben. Das gute oder schlechte Ergebnis eines Halbjahres oder Jahres hängt für die Verlagsdruckereien hauptsächlich davon ab, wie ihre Kollektion „einschlägt".

Die Herausgabe von Mustern erfolgt jährlich einmal, in manchen Artikeln auch zweimal. Plakate, Kalenderrücken, Bilder, Wandsprüche und andere Fabrikate, die nur eine oder überhaupt keine ausgesprochene Saison haben, werden in der Regel einmal bemustert. Bei Post- und Gratulationskarten finden großenteils zwei Bemusterungen statt, eine für Weihnachten-Neujahr und eine für Ostern-Pfingsten.

Nach Herausgabe der Kollektionen kann der Fabrikant mit der Herstellung der Ware warten, bis Aufträge auf die Muster erteilt werden. Manche, besonders kapitalschwächere Unternehmer, verfahren auch in dieser Weise. Das führt jedoch zu manchen Nachteilen. Die Aufträge gehen sehr ungleichmäßig ein. Sie häufen sich in der Saison und werden in den stillen Zeiten selten. Ferner sind sie oft sehr mannigfaltig zusammengesetzt und enthalten kleine Posten, die eine besondere Anfertigung nicht lohnen.

Um diesen Nachteilen zu entgehen, drucken die meisten größeren Anstalten von jedem Dessin nach Herstellung der Muster ein Quantum, auf dessen Absatz sie glauben rechnen zu können. Die Herstellung einer bestimmten Auflage erleichtert wesentlich die Kalkulation, da sich die Höhe der Selbstkosten mit steigender Auf-

---

[1]) Cramer gibt auf S. 47 a. a. O. an, daß Anfang der 90er Jahre im Hängergeschäft das Kapital auf 2—2$^1/_2$ Jahre in den Kollektionen angelegt werden mußte.

lage stark vermindert und sich jene nur für bestimmte Auflagen berechnen lassen. Die Kalkulation wird beim Verlag übrigens dadurch erschwert, daß der Fabrikant sich für längere Zeit an die bei Herausgabe der Muster gesetzten Preise halten muß. Er kann sie nicht einem etwaigen Steigen der Rohstoffkosten oder der Löhne anpassen. Unvorhergesehene Erhöhung der Selbstkosten hat daher beim Verlag schwere Gewinneinbußen für die Unternehmer zur Folge.

Das Gefahrvolle bei der Anfertigung auf Vorrat ist, daß sich der tatsächliche Absatz in jedem einzelnen Dessin so außerordentlich schwer voraussehen läßt. Ja, der Absatz der ganzen Kollektion kann durch unvorhergesehene Ereignisse, z. B. Kriegsausbruch, schwer beeinträchtigt werden. Hat der Fabrikant eine größere Menge Verlagsartikel auf Vorrat angefertigt, so veralten diese in kurzer Zeit. Sie werden als reguläre Ware unverkäuflich, weil sie den Abnehmern als alte Muster bekannt sind, und müssen oft unter schweren Einbußen als „Ramsch“ mit 50 %, 66²/₃ %, ja 75 % und mehr Rabatt losgeschlagen werden. Besonders in Zeiten schlechter Beschäftigung haben sich vielfach Unternehmungen, um ihre Betriebe aufrechtzuerhalten, dazu verstanden, Verlagsartikel in zu großem Umfange auf Vorrat anzufertigen. Die Waren fanden dann nachher keinen Absatz und mußten mit großen Verlusten abgestoßen werden.

Diese bösen Erfahrungen haben viele Fabriken veranlaßt, die Arbeit auf Vorrat tunlichst einzuschränken. Die einlaufenden Aufträge werden, soweit es die Lieferfristen zulassen, gesammelt, um eine möglichst große Stückzahl von jedem Dessin gleichzeitig herstellen zu können. Dann wird zwar das Risiko gemindert, aber oft werden auch die Lieferzeiten unangenehm gedehnt und die Anfertigung kleinerer, nicht lohnender Posten notwendig. Von einer gewissen Grenze ab werden die kleineren Aufträge überhaupt unausführbar.

In dem eben Dargelegten wurden schon mancherlei Ausblicke auf die Stellung der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie zum Großhandel gegeben. Seine Bedeutung ist dann am größten, wenn er das Risiko des Verlages übernimmt. Demnächst ist er von besonderer Wichtigkeit für die Betriebe, die zwar

einen eigenen Verlag, jedoch kein ständiges Lager besitzen, denen er also die Lagerhaltung abnimmt. Aber auch für die meisten Betriebe, die selbst verlegen und ein eigenes Lager halten, ist er durchaus nicht ohne Bedeutung. Auch diese vertreiben ihre Verlagsartikel größtenteils durch den Zwischenhandel.

Die Industrie ist so außerordentlich stark differenziert und selbst die einzelnen großen Betriebe weisen oft einen so speziellen Kreis von Erzeugnissen auf, daß der Handel in der Zusammenfassung und Verteilung all der mannigfaltigen Fabrikate eine wichtige Funktion hat. Ferner ist das Vorhandensein des Zwischenhandels dadurch begünstigt, daß die Zahl der Papier- und Schreibwaren-, Büroutensilien- und anderen Detailgeschäfte, der Buchhandlungen und Buchbindereien, welche die Fabrikate im kleinen verkaufen, außerordentlich groß ist. Ihre Bereisung kostet viel Arbeit und hohe Spesen. Die Überwachung ihrer Zahlungsfähigkeit und der Einzug der fälligen Rechnungsbeträge erfordert große Aufmerksamkeit und ist von einer Zentralstelle aus für ein großes Absatzgebiet kaum zu leisten.

Der Zwischenhandel kann den Vertrieb dadurch verbilligen und auch für die Abnehmer den Bezug einfacher gestalten, daß er diese außer mit Kunstdrucken und Luxuspapierwaren auch mit ihrem Bedarf an Schreibwaren, Büroutensilien usw. versorgt.

Der Zwischenhandel hält zum größten Teil eigenes Lager. Teilweise überschreibt er aber auch nur die erhaltenen Aufträge gesammelt oder einzeln an die Fabriken. Dann liegt natürlich die Gefahr nahe, daß durch zu kleinliche Aufträge die Geschäftsunkosten der Fabriken unverhältnismäßig gesteigert werden.

Während der Großhandel in Kunstdrucken und besseren Artikeln, besonders sofern er eigenen Verlag betreibt, durchweg sehr solide und kapitalkräftig ist, befindet sich der Zwischenhandel in Postkarten teilweise in wenig kapitalstarken Händen, so daß die Fabrikanten durch Zahlungseinstellungen mehrfach erhebliche Verluste hatten.

Entsprechend dem erheblichen Risiko und den hohen Unkosten ist die Verteuerung der Ware durch den Zwischenhandel ziemlich beträchtlich. Es bestehen allerdings je nach dem Artikel und nach

den Abnehmern große Verschiedenheiten. Der durchschnittliche Gewinnaufschlag beträgt etwa 50—100 %.

Der Konkurrenzkampf unter den Großhändlern ist stark. Um sich den Rang abzulaufen, beginnen sie ihre Reise so früh wie möglich und drängen daher die Fabrikanten zu immer zeitigerer Herstellung der Muster. Da dies schließlich dazu führte, daß die Fabrikanten ihre Muster anfertigen mußten, ehe sie den Erfolg ihrer letzten Kollektionen überschauen konnten, haben in manchen Branchen die Fabrikanten früheste Termine für die Ausgabe der Muster vereinbart.

Störungen im Absatz sind häufiger durch die Ein- und Verkaufspolitik der Warenhäuser hervorgerufen worden. Diese führen, z. B. in Postkarten, nur wenige Stapelartikel, die sie in großen Mengen zu geringen Preisen absetzen. Ihr Bedarf überschreitet den mancher kleineren Großhändler, und so pflegen sie direkt von den Fabrikanten zu kaufen. Dadurch sind sie natürlich gegenüber dem Kleinhandel, der mit erheblicher Verteuerung seiner Ware durch den Großhandel zu rechnen hat, ungeheuer im Vorteil. Durch Unterbietung haben sie ihn, und damit indirekt auch den Großhandel, schwer geschädigt. Die Fabrikanten befinden sich diesen Vorgängen gegenüber in einer zwicklichen Lage. Gewähren die organisierten Fabrikanten den Warenhäusern Großhandelspreise event. mit einem nur geringen Aufschlag, so erzürnen sie die Händler. Suchen sie die Unterbietungen im Kleinverkauf zu verhindern dadurch, daß sie jene auf den Bezug durch den Großhandel verweisen, so suchen die Warenhäuser ihren Bedarf bei Außenseitern einzudecken.

Die technische Entwicklung zur Massenherstellung von Waren und der Zug zur Konzentration im heutigen Wirtschaftsleben hat den Zwischenhandel in Kunstdrucken und Luxuspapierwaren noch nicht bedeutend zurückdrängen können. In manchen Fällen ist er allerdings ausgeschaltet, auch wo dies der Charakter der Artikel nicht schon nahelegt. Meistens erfolgte die Ausschaltung in der Form, daß gewissermaßen zwei Unternehmungsarten kombiniert wurden, die Fabrikation und das Handelsgeschäft. Die Unternehmungen mit Verlag und ständigem Lager liefern vielfach direkt an den Kleinhandel. Einige Fabriken von Postkarten lassen

die Kleinhandlungen intensiv bereisen. Was sie dadurch an erhöhten Verkaufspreisen gewinnen, werden sie durchweg reichlich an größeren Reisespesen, sonstigen Geschäftsunkosten und Forderungsverlusten wieder zusetzen.

Im Ausfuhrgeschäft, besonders nach Übersee, ist eine besonders genaue Kenntnis der Ansprüche der verschiedenen ausländischen Abnehmer, deren Kreditwürdigkeit, der oft schwierigen Zoll-, Zahlungs- und Transportverhältnisse notwendig. Für die Dauer der Transporte und für oft lang ausgedehnte Zahlungsfristen sind beträchtliche Kapitalauslagen notwendig. Diese Verhältnisse rechtfertigen, ja bedingen häufig das Dazwischentreten des Exporthandels. Die bedeutende Ausfuhr von Kunstdrucken und Luxuspapierwaren nach Süd- und Mittelamerika ging fast ganz durch Vermittlung des Exporthandels, die nach Nordamerika zum großen Teil.

Nach den nahe gelegenen bedeutenderen Abnehmerstaaten, besonders England, Frankreich, Belgien, Niederlande, Österreich-Ungarn, Rußland, Schweiz usw. setzten die Fabriken — meistens durch Reisende und Vertreter — vielfach direkt an die Großabnehmer ab. Hier können die Fabrikanten die Absatzverhältnisse leichter übersehen. Eine persönliche Fühlungnahme zwischen Fabrikant und Abnehmer ist eher möglich. Das Risiko sinkt.

Im allgemeinen sind die Fabrikanten viel weniger bestrebt, den Exporthandel auszuschalten, als die ausländischen Großabnehmer, sich direkte Bezugsquellen zu sichern in der Meinung, daß sie bei direktem Bezug billiger einkaufen.

Mehrere große Luxuspapierwarenfabriken haben sich allerdings durch Gründung eigener Zweiggeschäfte im Auslande, besonders in New York und London, vom Ausfuhrhandel unabhängig zu machen versucht. Durch eigene Bearbeitung der fremden Märkte strebten sie danach, ihre Ausfuhr zu forcieren. Fast ausnahmslos trug ihnen dieses Vorgehen, wenigstens in den letzten Jahren vor dem Kriege, schwere finanzielle Verluste ein. Diese Mißerfolge hatten hauptsächlich darin ihren Grund, daß es zu schwierig war, wirklich geeignete Leiter für die überseeischen Häuser zu gewinnen, und daß die Reisespesen in fremden Ländern oft

so hoch sind, daß die Reise erst lohnend wird, wenn gleichzeitig die Artikel mehrerer Fabriken vertrieben werden.

Das Bestreben, möglichst große Auflagen abzusetzen, um die aufgewandten einmaligen Kosten möglichst gut auszunutzen, hat zu einer Eroberung weiter ausländischer Märkte durch die deutsche Luxuspapierwarenindustrie geführt. Die Industrie braucht in vielen Zweigen einen internationalen Markt. Oft genügt der Absatz selbst in einem großen Staate mit intensivem Wirtschaftsleben nicht, um eine lohnende Auflage eines Artikelsunterzubringen.

Je höher aber die Auflage von einem Dessin, um so größer ist im allgemeinen der Gewinn. Angenommen, der Entwurf für ein Plakat kostet 200 Mk., die Lithographie 600 Mk., die allgemeinen Kosten 200 Mk., Rohmaterialien und Arbeitslohn für 1000 Stück 100 Mk., so betragen die Selbstkosten nach einer ganz rohen Kalkulation bei einer Auflage von

1000	Stück	1100	Mk.	‰
2000	„	600	„	„
10 000	„	200	„	„
50 000	„	120	„	„

Der Fabrikant verdient also bei gleichbleibenden Verkaufspreisen an jedem weiteren abgesetzten Tausend eines Dessins mehr. Kalkuliert er nun seine Verkaufspreise so, daß die einmaligen Kosten durch den Absatz nach sicheren Märkten, vor dem Kriege z. B. Deutschland und England, gedeckt werden, so kann er nach anderen Ländern, wo der deutschen Ware die Konkurrenz durch Schutzzölle usw. erschwert ist, über diese Auflage hinausgehende Verkäufe zu erheblich erniedrigten Preisen machen. Er kann dabei doch ganz gut auf seine Rechnung kommen.

In Anbetracht des durch die günstigen Voraussetzungen erreichten Umfanges der Produktion war die Ausfuhr eine Lebensbedingung für die deutsche Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie. Vor 1906 gingen nach sachkundigen Schätzungen 50 % ihrer Erzeugung ins Ausland, in einzelnen Branchen aber noch mehr, so im Farbensteindruck rund 75 %.

Leider wurden die Bestimmungen in den Handelsverträgen mit den Jahren durchweg immer ungünstiger für die deutsche Industrie, besonders seit 1906. Nicht nur durch Einführung

hoher Zölle in den Abnehmerstaaten litt die Ausfuhr, wie im zweiten Kapitel dargelegt, sondern auch dadurch, daß die Warenbezeichnungen und Klassifizierungen in den Tarifen oft sehr unklar waren und sich zuweilen geradezu widersprachen. Die Benennungen waren zum Teil so mehrdeutig (österreichischer Zolltarif, belgischer Zolltarif von 1904), daß eine Einreihung desselben Artikels unter mehrere Tarifpositionen möglich war, die ganz verschieden hohe Zollsätze vorsahen. Den Verfassern der Zolltarife scheint es vielfach an den nötigen Warenkenntnissen gefehlt zu haben. Auch die die Verzollung ausführenden Beamten scheinen sie häufig nicht zu besitzen. Die Folge der Unklarheiten waren zahlreiche willkürliche und ungerechtfertigt hohe Verzollungen, Verzögerungen, langwierige Reklamationen, Verärgerung der Bezieher, die in der Folge dann häufig auf weiteren Import verzichteten.

Auch die sehr hohen Gebühren für Patente, die fremde Handelsreisende in manchen Ländern, wie z. B. in Rußland, Dänemark, Schweden und Norwegen zu zahlen haben, sind dem Absatz der deutschen Luxuspapierwaren hinderlich gewesen, da der Vertrieb eine ausgedehnte Reisetätigkeit erfordert.

Sehr geschadet hat der deutschen Ausfuhr auch die in vielen Ländern, z. B. Großbritannien, Vereinigten Staaten, Frankreich und Australien geforderte Bezeichnung des Ursprungslandes. Die Vereinigten Staaten verlangen z. B. auf jeder Post- und Glückwunschkarte den Aufdruck „Made in Germany“. Für viele Artikel ist die Bezeichnung ja allerdings zur Empfehlung geworden. Die Karten leiden jedoch vielfach in ihrem Aussehen durch den Aufdruck, der auch oft besondere Kosten verursacht. Auch Frankreich hat sich sehr kleinlich in der Einhaltung der Markierungsvorschriften gezeigt. Die deutschen Etikettenfabrikanten haben schon vor 1914 einen großen Teil ihres Absatzes in Frankreich eingebüßt, weil streng darauf geachtet wurde, daß die Etiketten deutlich den Aufdruck trugen „Importé d'Allemagne“. Die französischen Käufer bezogen diesen Vermerk nun vielfach auf die Waren, die mit den Etiketten bezeichnet waren. Sie mieden daher deren Bezug und die französischen Fabrikanten und Händler verwandten infolgedessen keine deutschen Etiketten mehr. Sogar bestellte Waren wurden zurückgewiesen.

Sehr geschädigt wurde die Ausfuhr von Kunstdrucken dadurch, daß nach dem Abkommen zwischen dem Deutschen Reiche und den Vereinigten Staaten vom Jahre 1892, betr. das Urheberrecht an Werken der Literatur und Kunst, die fabrikmäßig hergestellten Reproduktionen nicht geschützt waren. Infolgedessen druckten amerikanische Unternehmer in skrupellosester Weise die deutschen Originale nach. Hierfür wählten sie natürlich nur die Dessins aus, die auf das Risiko der deutschen Fabrikanten hin als „Schlager" bereits erprobt waren. Nicht nur in den Vereinigten Staaten wurden diese Nachdrucke abgesetzt. Sie wurden auch in großen Mengen nach Kanada und den übrigen amerikanischen Staaten exportiert, die meistens der Berner Konvention zum Schutze des geistigen Eigentums nicht angehören. Gegenüber den deutschen Originalen waren sie dabei teilweise noch durch Vorzugszölle begünstigt. Bis 1914 war keine Abstellung dieses Mißbrauches zu erzielen.

Auch in den Niederlanden, die gleichfalls nicht der Berner Konvention angehören, sind häufig deutsche Originale nachgedruckt worden, besonders von Zigarrenausstattungen.

Wenn trotz aller dieser Widrigkeiten die deutsche Ausfuhr von Kunstdrucken und Luxuspapierwaren bis zum Kriegsausbruch immer noch einen achtunggebietenden Umfang hatte, so lag das großenteils daran, daß die deutschen Fabrikanten den Anforderungen und Wünschen ihrer ausländischen Kunden weit mehr Rechnung trugen als z. B. ihre Konkurrenten in England, Frankreich und Österreich. Stets brachten sie Neuheiten im Geschmack der überseeischen Kunden heraus. Berliner Fabriken führten z. B. besondere Dessins von Kalenderrücken für argentinische Gauchos mit sehr bunten Szenen aus dem Pampasleben. Viel hat aber auch beigetragen, daß die deutschen Exportkaufleute und Handlungsreisenden außerordentlich rührig und findig waren. Mit allen Mitteln suchten sie den deutschen Export aufrechtzuerhalten.

Als z. B. die Einfuhr mancher Artikel nach Chile und Brasilien durch Prohibitivzölle gehindert wurde, entdeckte man, daß man diese Waren in 2-Kilo-Drucksachen zollfrei einführen konnte. Man machte trotz des hohen Portos und der erheblichen Verpackungskosten und Mühen noch beträchtliche Ersparnisse, indem man die Ware auf diesem Wege ausführte.

Die deutsche Ausfuhrstatistik ist leider bis 1906 für Kunstdrucke und Luxuspapierwaren sehr ungeschickt angelegt. Die Luxuspapierwaren sind mit anderen Artikeln der Papierverarbeitungsindustrie, die meistens ganz anderen fabrikations- und handelstechnischen Charakter haben, in der Rubrik „Papier- und Pappwaren nicht besonders genannt" zusammengefaßt. Es erklärt sich dies aus der damals noch jungen Entwicklung der vielgestaltigen Industrie. In dieser Rubrik werden die Luxuspapierwaren dem Werte nach jedenfalls den Hauptteil bilden. Es befinden sich in ihr auch chromolithographische Erzeugnisse, die mehr den Charakter von Papierwaren tragen, wie chromolithographische Tisch-, Klapp-, Buch-, Zugkarten, Krippen, Kalenderrückwände usw. Dieselben oder ganz ähnliche Erzeugnisse sind jedoch je nach der zufälligen Deklarierung oder Einreihung der Rubrik „Farbendruckbilder" zugezählt. Hier sind sie mit Farbendruckbildern verschiedener anderer Macharten und anderen Kunstdrucken zusammengefaßt. Die Zahlen können daher nur einen ungefähren Anhalt für die Entwicklung des Exports geben. Eine ganze Anzahl von Erzeugnissen der Industrie sind in ihnen nicht enthalten.

Die Ausfuhr betrug 1889—1905 [1]):

Jahr	Papier- und Pappwaren nicht bes. gen.		Farbendruckbilder		Spielkarten		Kalender ohne Schreibkalender	
	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.
1889	7 582	12,5	3494	34,9				
1890	8 380	13,8	3914	39,1				
1891	8 237	13,3	4057	40,6				
1892	7 915	12,7	3811	41,9				
1893	8 844	14,2	3933	43,3				
1894	8 019	12,8	4026	44,3				
1895	9 008	14,4	4195	46,1				
1896	10 297	16,5	4568	50,2	89	0,3	151	0,4
1897	10 646	17,0	4806	55,3	85	0,26	181	0,5
1898	11 393	18,2	5042	58,0	113	0,34	176	0,5
1899	12 460	18,7	5408	62,2	127	0,38	212	0,7
1900	14 232	21,3	6105	70,2	111	0,31	219	0,7
1901	13 858	20,8	5992	89,9	118	0,35	310	1,1
1902	15 685	23,5	6810	102,1	94	0,27	382	1,3
1903	18 923	26,5	7429	60,5	137	0,39	350	1,2
1904	21 231	29,7	8197	77,9	149	0,4	385	1,3
1905	24 339	34,1	8304	79,5	141	0,4	453	1,5

[1]) Vierteljahrshefte zur Statistik des Deutschen Reiches.

Von 1906 an bringt nach Einführung des neuen Zolltarifs die Ausfuhrstatistik speziellere Angaben über die einzelnen Artikel. Ein getreues Bild von der Entwicklung der Ausfuhr der einzelnen Fabrikate gibt jedoch auch diese neuere Statistik nicht. Die Erzeugnisse einzelner Branchen sind unter mehrere Rubriken zerpflückt. So sind die chromolithographischen Artikel unter Kalenderrückwände, Farbendruckbilder, Bilder mit religiösen Darstellungen, Postkarten mit Bilddrück und Glückwunschkarten, Etiketten usw. zu suchen. Dagegen sind in den einzelnen Rubriken Erzeugnisse der verschiedenen Branchen zusammengefaßt, z. B. unter „Postkarten mit Bilddruck". Infolgedessen gibt die Statistik beispielsweise keine Auskunft darüber, wie stark gerade die Ausfuhr der Lichtdruckpostkarten unter den Zollerhöhungen zurückgegangen ist. Man muß, um einen richtigen Überblick zu bekommen, auch die Gesamtzahlen betrachten, vor allem die der ersten sechs Gruppen. Dieses ist auch aus dem Grunde nötig, weil die Ausfuhrdeklarationen häufig lässig gemacht werden. Daher werden dieselben Artikel oft verschiedenen Rubriken zugezählt. Einzelne Farikate der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie sind in der anliegenden Aufstellung übrigens nicht enthalten, wie Spielwaren aus bedrucktem Papier, Illustrationsdrucke in Büchern und Zeitschriften, Wertpapiere usw., so daß sich die wirkliche Gesamtsumme noch nicht unbeträchtlich erhöht.

(Vgl. die Tabelle S. 47.)

Wenn die Neugruppierung der Erzeugnisse seit 1906 uns auch einen genaueren Einblick gewährt, so erschwert sie doch andererseits einen Vergleich mit den früheren Jahren. Immerhin läßt sich die im zweiten Kapitel dargelegte Entwicklung der Industrie auch an Hand der Ergebnisse der Ausfuhrstatistik verfolgen. Der Rückgang der Ausfuhr von Farbendruckbildern von 102,1 Mill. Mk. im Jahre 1902 auf 20,39 Mill. Mk. im Jahre 1907 und auf 9,4 Mill. Mk. im Jahre 1913 gibt eine Erklärung für die Notlage des chromolithographischen Gewerbes. Ein Beispiel für die Wirkung der Schutzzollpolitik mancher Einfuhrstaaten geben die Ausfuhrziffern nach den Vereinigten Staaten vor und nach der starken Zollerhöhung von 1909. 1907 wurden für 13190000 Mk., 1913 nur noch für 1835000 Mk. Postkarten mit Bilddruck aus-

Ausfuhr 1907—1913 nach den Vierteljahrsheften zusammengestellt.

Jahr	Gesamtwert	Kalenderrückwände 674 c		Farbendruckbilder 676 a		Bilder mit rel. Darstellungen		Kupfer-, Stahlstiche, Holzschnitte, Helio-, Photogravüren usw. 676 b		Postkarten mit Bilddruck 657 a b		Besuchs-, Glückwunsch- usw. Karten, Etiketten		Briefpapier in Behältnissen (Papierausstattg.) 667		Photographien (jedenfalls hauptſ. Bromſ.-Fabrikate) 676 c		Spielkarten 661		Land- und Seekarten 675	
	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.	t	Mill. Mk.
1907	60,6	209	0,39	7231	20,0	101	0,39	111	0,8	6459	25,8	4590	9,18	665	1,33	172	2,0	130	0,39	78	0,41
1903	52,7	150	0,26	6607	18,1	151	0,53	75	0,75	5155	20,6	4297	8,6	645	1,29	146	1,7	125	0,38	111	0,51
1909	52,8	220	0,38	6259	18,1	siehe Farbendruckbilder		79	1,23	5042	16,7	4516	12,7	744	1,44	142	1,35	95	0,32	117	0,60
1910	49,0	231	0,37	5900	16,7			78	1,17	3783	13,8	4876	13,4	649	1,39	169	1,34	101	0,34	116	0,52
1911	49,9	189	0,31	5232	14,8			101	1,49	3446	13,5	5760	15,5	813	1,64	190	1,53	112	0,37	140	0,74
1912	45,8	218	0,33	4000	12,0			104	1,76	3487	13,9	4616	13,4	806	1,78	162	1,46	133	0,43	158	0,75
1913	49,6	198	0,38	2844	9,4			129	2,68	3795	15,5	5876	17,0	981	2,03	172	1,56	145	0,44	110	0,58

geführt, desgleichen 1907 für 6724000 Mk, 1913 für 2205000 Mk. Farbendruckbilder [1]).

Dem Zustandekommen von Produzentenvereinigungen in der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie stehen in der Verästelung der Industrie, in der weitgehenden Spezialisierung der Betriebe, in der Individualisierung der Fabrikate und der dadurch erzeugten Schwierigkeit, Normalpreise festzusetzen, in der starken Tendenz der Betriebe zur Expansion und ihrer verschiedenen wirtschaftlichen Struktur, in den Einflüssen der Mode und der Bedeutung des Exports große Schwierigkeiten im Wege. Unter dem Druck der Not wurden sie teilweise auch bei sonst ungünstigen Voraussetzungen überwunden.

Wo wir allerdings Kartelle finden, beschränken sie sich auf enge Gebiete, ja häufig auf nur einen einzigen, nach einem bebestimmten Verfahren hergestellten Artikel.

In bestimmten Durchschnittsqualitäten kommt meistens die Bromsilberkarte auf den Markt. Das photomechanische Verfahren ermöglicht eine billige photographische Wiedergabe in großen Mengen. Da die einmaligen Kosten gering sind, ist auch die Herstellung kleinerer Auflagen wirtschaftlich. Zur Darstellung gelangen hauptsächlich Köpfe, Genrebilder, Statuen. Die Ausführung ist meistens einfach und die Machart bei allen Fabriken ziemlich die gleiche. Für die vier Durchschnittssorten schwarz, schwarz koloriert, braun und braun koloriert lassen sich unschwer Normalpreise festsetzen; die Bromsilberkarte ist ein Massenartikel. Die Zahl der Fabriken ist gering. In Deutschland sind etwa 25 vorhanden und in den übrigen europäischen Ländern kaum soviel, die meisten davon in Frankreich und Italien. Da die Herstellung von Bromsilberkarten viel stehendes Kapital, große Fachkenntnisse und geschulte Arbeitskräfte erfordert, sind Neugründungen von Fabriken ziemlich erschwert. Die Bromsilberkarte ist daher als Gegenstand einer Konvention wohl geeignet.

Anfang 1907 führten die Einigungsbestrebungen in der Bromsilberkartenindustrie zur Gründung des ersten „Verbandes photographischer Reproduktionsanstalten“. Diese erste Konvention hielt

---

[1]) Cramer S. 57.

die Preise hoch, während die Herstellungskosten infolge Vervollkommnung des Verfahrens erheblich sanken. Sie veranlaßte durch diese Preispolitik die Entstehung mehrerer Konkurrenzunternehmungen, welche die Konventionspreise erheblich unterboten. Infolgedessen ging die erste Konvention Mitte 1908 in die Brüche und es folgte eine Zeit lebhaften Konkurrenzkampfes. Nachdem die Preise stark herabgedrückt waren, wurden wieder günstige Voraussetzungen für eine neue Kartellierung geschaffen. 1909 wurde der „Verband photographischer Reproduktionsanstalten“ erneuert. Nach längeren Verhandlungen traten ihm 16 Mitglieder bei. In der „Freien Vereinigung photographischer Reproduktionsanstalten“ standen dem Verband jedoch die Außenseiter zunächst ebenfalls organisiert gegenüber. Nach längerem Hin und Her löste sich die „Freie Vereinigung“ Anfang 1910 auf. Ihre Mitglieder traten teilweise dem Verbande bei, der damals siebzehn Firmen gegen vier Außenseiter umfaßte. März 1911 erfolgte ein festerer Zusammenschluß durch Gründung der „Neuen Bromsilberkonvention G. m. b. H.“ in Berlin. Nur eine bedeutende Firma blieb außerhalb der Konvention, schloß sich aber 1913 gleichfalls an, so daß der Ring der Fabrikanten fast vollständig geschlossen wurde. Die Konvention hatte damit 20 Mitglieder, darunter sechs deutsche Aktiengesellschaften, eine österreichische, eine ungarische und eine belgische Firma. Bis Mai 1916 wurden drei weitere Mitglieder aufgenommen, so daß nach dem Berichte der „Kartell-Rundschau“ [1]) damit fast alle (deutschen) Anstalten, die sich mit der Herstellung von Bromsilberkarten befassen, in der Konvention geeinigt sind.

Dadurch ist ihre Macht den Abnehmern gegenüber ziemlich groß. Die Konvention verpflichtet nicht nur ihre Mitglieder zur Einhaltung von Mindestpreisen bei Lieferungen an die Großhändler. Sie schreibt auch den Grossisten Mindestpreise für den Verkauf an den Kleinhandel vor. Durch Verpflichtung zu ausschließlichem Verbandsverkehr und durch Gewährung von Treurabatt sucht die Konvention die Großhändler zu binden und den Absatz der Außenseiter zu erschweren. Einen anerkennenswerten

---

[1]) Jahrg. 1916 S. 200.

Erfolg hat die Konvention auch in der Herabminderung der Zahl neuer Muster erzielt. Von dem kaufenden Publikum wurden sie kaum verlangt, von den einzelnen Unternehmern aus Konkurrenzrücksichten aber herausgebracht. Bessere Bromsilberkarten fallen nicht unter die Konvention und können zu höheren Preisen abgesetzt werden. Von der Bromsilberkonvention sagt der Berliner Handelskammerbericht von 1910, daß sie sich durchaus bewährt habe und die Preise stabil geblieben seien trotz starker ausländischer — jedenfalls Pariser — Konkurrenz.

In der chromolithographischen Branche standen dem Zusammenschluß der Fabrikanten wegen ihrer größeren Zahl und der größeren Mannigfaltigkeit der Fabrikate erheblichere Schwierigkeiten im Wege. 1905 versuchte der „Verein deutscher Steindruckereibesitzer" durch Aufstellung von Unterlagen zur Ermittlung des Selbstkostenpreises seine Mitglieder wenigstens zu einheitlicher Kalkulation zu veranlassen. Erst infolge dringendster Notlage und nach langen Verhandlungen kam im Herbst 1910 die „Vereinigung chromolithographischer Postkartenfabrikanten G. m. b. H." zustande. Bei ihrer Gründung traten ihr 21 Fabriken bei, die etwa $^2/_3$ der Produktion herstellten. Unter den Mitgliedern befanden sich acht Aktiengesellschaften. Die Abmachungen erstreckten sich jedoch nur auf das Verlagsgeschäft, während das wichtigere Anfertigungsgeschäft nicht in die Vereinbarungen einbezogen wurde. Es wurden Mindestpreise für die vier Hauptsorten chromolithographischer Postkarten festgelegt, für glatt, geprägt, Hochglanz und Hochglanz mit Gold, die gegen die sehr gedrückten Preise der Kampfzeit eine Erhöhung um etwa 20 % brachten. Um das Ramschunwesen zu bekämpfen, führte man auch für zurückgesetzte Waren Mindestpreise ein. Die Lieferungs- und Zahlungsbedingungen wurden geregelt. Der Zeitpunkt der Musterausgabe für Weihnachten-Neujahr und für Ostern wurde einheitlich festgelegt. Bestimmungen über Berechnung der Muster wurden getroffen. Auch hier wurden den Großhändlern Mindestpreise für den Weiterverkauf an den Kleinhandel vorgeschrieben, und zwar mindestens 50 % Aufschlag auf die Großhandelspreise. Durch einen Umsatz- (Treu-) Rabatt sucht man, wie bei der Bromsilberkonvention, die Abnehmer zu ausschließlichem Bezug von den Kon-

ventionsmitgliedern zu zwingen. Der Bezug von besseren Macharten und Spezialitäten bleibt jedoch den Großhändlern freigestellt. Verbandsgebiet war ganz Europa ohne Frankreich und England [1]).

Wegen der zahlreichen Außenseiter drohte die Chromopostkartenkonvention schon nach einjährigem Bestand in die Brüche zu gehen. Im Mai 1913 fand eine Neuorganisation statt in der „Neuen Chromopostkartenkonvention G. m. b. H.". Der Berliner Handelskammerbericht für 1911 sagt, daß die Chromopostkartenkonvention sich insofern gut bewährt habe, als es ihr gelungen sei, endlich geordnete Verhältnisse in den Verkaufsbedingungen zu schaffen. Man dürfe sich aber der Tatsache nicht verschließen, daß die Umsätze zurückgegangen seien. Dieser Rückgang wird aber auch mit darauf beruhen, daß der Geschmack des kaufenden Publikums sich mehr anderen Macharten zuwandte.

In der Autochrombranche, die hauptsächlich Ansichtspostkarten in lebhaften Farben produziert, war der Kartellierung günstig die verhältnismäßig geringe Zahl der nach diesem Verfahren arbeitenden Fabriken. Trotzdem verliefen Bestrebungen zur Kartellbildung im Jahre 1907 ergebnislos, weil ihnen die beteiligten Fabrikanten großenteils nicht das erforderliche Interesse entgegenbrachten. In den Jahren 1909—1910 entstanden in diesem Zweige Konventionen, die sich jedoch auf die Fälle der Vereinigung von Druck, Verlag und Großhandel in einer Unternehmung beschränkten [2]). Diese Vereinfachung der Lage hatte den schnelleren und dauerhafteren Zusammenschluß der Unternehmungen dieser Art zur Folge. Für das sehr bedeutungsvolle Anfertigungsgeschäft hatten die Abmachungen jedoch keine Gültigkeit. Eine umfassende Kartellierung brachte jedoch die Gründung der „Vereinigung der Autochrom-Postkartendrucker Deutschlands" im Frühjahr 1918 in Leipzig. Mit Ausnahme einiger Firmen gehören ihr sämtliche Autochrom druckenden Steindruckereien an. Die Vereinigung hat bestimmte Mindestpreise für Autochrom-Ansichts- und Genrekarten festgesetzt und sich bis zum heutigen Tage gut bewährt.

In der Spielkartenfabrikation wurde bereits 1905 eine Eini-

---

[1]) Kartell-Rundschau 1910 S. 795.

[2]) Cramer S. 59.

gung der Produzenten angeregt. Sie scheiterte damals an der ablehnenden Haltung der bedeutendsten deutschen Fabrik, der Vereinigten Stralsunder Spielkartenfabriken A.-G. Unter dem Druck der andauernden Verteuerung der Rohstoffe und Unkosten während des Krieges kam dann im Mai 1916 ein „Verband der Spielkartenfabrikanten" zustande, in dem alle maßgebenden Firmen vertreten sind und der 90 % der Erzeugung umfaßt. Die Vereinbarungen erstrecken sich auf Preise und Verkaufsbedingungen[1]). Die Voraussetzungen für einen Zusammenschluß sind in dieser Branche im Vergleich mit anderen günstig. Die Zahl der Fabriken beträgt nur etwa 25 und Normalpreise lassen sich für bestimmte Sorten ohne zu große Schwierigkeiten festlegen.

Die durch 29 der wichtigsten Fabriken in Deutschland 1909 gegründete „Vereinigung deutscher Etikettenfabrikanten" stellte gemeinsame Verkaufsbedingungen auf[2]). Einheitliche Preise wurden bezeichnenderweise nur für das Bedrucken der Etiketten mit Firmennamen festgesetzt. Es ist eben zu schwierig, für die Artikel selbst Normalpreise festzusetzen. Auch für Zigarrenpackungen besteht eine Konvention, der jedoch mehrere Außenseiter die Durchführung der Vereinbarungen erschweren.

In der Industrie der „Papierausstattung" haben sich die Erzeuger, deren Gesamtzahl rund 70 beträgt, zur „Vereinigung deutscher Papierausstattungsfabrikanten" zusammengeschlossen. Die Vereinigung hat Mindestpreise und Konditionen festgesetzt und auf die Vereinheitlichung der Sorten hingewirkt.

In manchen anderen Zweigen der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie waren dagegen die Hindernisse für eine Organisation der Produzenten so erheblich, daß sie trotz mannigfacher Versuche eine dauerhafte Vereinigung bis jetzt nicht ermöglicht haben.

Im Lichtdruck hat es an Bestrebungen zur Gründung von Kartellen nicht gefehlt, wie mehrfach Handelskammerberichte bekunden. Es kam z. B. ein „Verband der Lichtdruckanstalten Deutschlands" zustande, der jedoch schon 1907 seine Tätigkeit wieder einstellte, da seine Konventionsbestrebungen sich als erfolg-

---

[1]) Kartell-Rundschau 1916 S. 200.

[2]) Köln. Ztg. vom 28. 1. 1909.

los erwiesen. Trotzdem diese Branche unter den Zollerhöhungen besonders schwer zu leiden hatte, berichtet die Handelskammer Berlin für 1911, daß wohl auch in Zukunft Kartelle in ihr kaum zu erreichen sein würden. Der Lichtdruck sei ein Verfahren, bei dem persönliche Geschicklichkeit der Arbeitskräfte, Vollkommenheit der Einrichtung und der zu Gebote stehenden Hilfsmittel eine Hauptrolle spielen. Somit könnten die Betriebe nicht mit dem gleichen Maß gemessen werden. Außerdem habe die Branche sehr mit der internationalen Konkurrenz zu rechnen, so daß nur ein internationales Kartell seinen Zweck erfüllen würde. Einigungsbestrebungen im Jahre 1912, die hauptsächlich auf eine Verbesserung der gänzlich unlohnenden Verkaufspreise hinzielten, blieben ebenfalls ohne Erfolg. Auch die große Zahl der deutschen Lichtdruckanstalten — es würden etwa 100—120 bestehen — und der große Anteil feinerer Macharten an der Produktion waren der Vereinigung hinderlich.

Unter dem Drucke der gegenwärtigen Not kam nunmehr (1919) eine Konvention der Lichtdruck- und Chromolichtdruckpostkartendrucker zustande. Die Preisfestsetzungen dieser Konvention sind besonders deshalb sehr wirkungsvoll, weil diese Bestimmungen einen Teil des Tarif- und Organisationsvertrages bilden, den der Verband deutscher Lichtdruckereibesitzer mit der Organisation der Gehilfen abgeschlossen hat. Ein Fabrikant, der die festgesetzten Preise nicht einhält, muß gewärtigen, daß ihm die der Organisation angehörenden Gehilfen entzogen werden. Letztere werden dann für die Dauer ihrer Nichtbeschäftigung von einer aus Beiträgen der Unternehmer- und Gehilfenorganisationen gebildeten Spezialkasse entlohnt.

Wegen der außerordentlich großen, leicht zu erweiternden Zahl der Erzeuger, ihrer räumlichen Zerstreuung und der Verschiedenartigkeit ihrer wirtschaftlichen Lage ist auch im Drei- und Vierfarbendruck eine dauerhafte Organisation der Produzenten nicht zustande gekommen. Wohl aber wurde 1917 1918 eine Konvention der Verleger von sogen. Kunstpostkarten in Drei- und Vierfarbendruck geschaffen.

Am wenigsten Ansätze zum Zusammenschluß finden sich wohl in der Merkantillithographie. Der Verlust der ausländischen Ab-

satzmärkte veranlaßte vielfach chromolithographische Anstalten der Exportbranche, sich dem Merkantilfach zuzuwenden. Dadurch entstand auch hier eine starke Überproduktion. Besonders durch viel zu niedrige Gebote bei Subskriptionen wurden die Preise immer mehr heruntergerissen trotz steigender Löhne und höherer Rohmaterialienkosten. Eine Konvention zur Abstellung dieser unhaltbaren Zustände war nicht zu erzielen. Als Ausweg wählten daher gegen Ende 1912 die Berliner Unternehmer die Gründung eines Vereins der Steindruckereibesitzer in Berlin. Der Verein hat die Aufgabe, durch belehrende Vorträge und gemeinsame Kalkulationsabende besonders die vielen kleineren Unternehmer zu einer korrekten Kalkulation hinzuführen.

Die ernste wirtschaftliche Lage hat gegenwärtig trotz der vielen fruchtlosen Versuche die Bestrebungen wieder in Gang gebracht, die Steindruckereien zu Konventionen zu vereinigen. Maßgebend ist insbesondere die Erwägung, daß dem Auslande gegenüber angesichts des Tiefstandes der deutschen Valuta bestimmte Aufschläge in Kraft gesetzt werden müssen. Dies ist dort leicht einheitlich zu erreichen, wo Konventionen bestehen. Da solche aber nur für die wenigsten im Steindruckgewerbe gefertigten Artikel vorhanden sind, hat der Verband deutscher Steindruckereibesitzer dieser Frage seine größte Aufmerksamkeit zugewendet. Es wurde eine Kommission aus Fabrikanten aus allen Gegenden Deutschlands gebildet, die sich zu beschäftigen hat

1. mit der Schaffung eines einheitlichen Preistarifs für Steindruckarbeiten nach dem Vorbild von bereits in München und Hamburg bestehenden Tarifen und
2. mit der Einteilung aller im Steindruckgewerbe hergestellten Artikel in Produktionsgruppen und der Bildung entsprechender Konventionen.

Es ist nicht daran zu zweifeln, daß diese Bestrebungen nun bald von tatsächlichen Erfolgen begleitet sein werden.

Von besonderer Bedeutung für alle bestehenden Konventionen der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie ist die Tatsache, daß seit 1918 die durch Konventionen festgesetzten Preise der Zentralstelle für Ausfuhrbewilligungen (Hager) mitgeteilt werden. Die Zentralstelle erteilt die Ausfuhrerlaubnis nur dann, wenn

die festgesetzten Preise eingehalten werden. Dadurch sind etwaige Außenseiter gezwungen, mindestens im Verkehr mit dem Ausland die Konventionspreise einzuhalten.

Eine in ihrer Art in der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie ziemlich einzig dastehende Produzentenorganisation findet sich im Kupfertiefdruckgewerbe. Die Rotophot A.-G., Berlin, führt eine Gruppe, die dieses neue Verfahren verwertet[1]. Die Gruppe nennt sich „Tiefdrucksyndikat". Ziel dieses Syndikats ist es, die durch die Neuheit des Verfahrens und durch Patente geschaffene monopolartige Stellung auszunutzen, insbesondere auch ein Herunterreißen der Verkaufspreise zu verhüten, die bei der Verbilligung der Produktion sehr nahe läge. Das Syndikat richtet auch selbst neue Tiefdruckereien ein, wobei es durch Verträge mit den zu installierenden Betrieben die Entwicklung in die von ihm gewollten Bahnen zu lenken versucht.

Fünftes Kapitel.

Einfluß von Konjunkturen und Mode.

Die Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie wird, wie überhaupt die Luxusindustrien, durch die Konjunkturen außerordentlich stark beeinflußt. Eine durch ungünstige wirtschaftliche Lage hervorgerufene Einschränkung findet zunächst in den entbehrlichsten Artikeln statt. Zu diesen gehören Kunstdrucke und Luxuspapierwaren ohne Frage. In Reklameartikeln braucht mit rückläufiger Konjunktur übrigens nicht immer ein Zurückgehen des Absatzes verbunden zu sein. Gerade schwierige Absatzverhältnisse verursachen oft größere Aufwendungen für Reklameartikel.

Eigenartig ist der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie, daß sie durch rückläufige Bewegungen erst später erfaßt wird als die meisten anderen Industrien, wie Demuth dargelegt hat. Die nützlichen Zwecken dienenden Artikel wurden 1900/1901 zuerst vom Niedergang des Absatzes ergriffen. Dann folgten die vom Handel für Reklamezwecke benötigten. Mit am spätesten ließ der Absatz nach in Post- und Gratulationskarten. Der großen Menge

[1]) Jahresbericht der Handelskammer Berlin für 1913.

der Verbraucher wurde das Absteigen der Konjunktur später bewußt als dem hierfür feinfühligeren Handel und demgemäß schränkte sie auch erst später ihren Verbrauch ein.

Die rückläufige Konjunktur von 1900—1902 hat übrigens, da sie vor allem den deutschen Markt betraf, sich in der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie nur wenig ungünstig geltend gemacht. Größere Arbeiterentlassungen und Herabsetzungen der Löhne wie in anderen Industrien fanden nicht statt. Damals stand der Export noch offen. Die meisten Fabriken konnten ihren Ausfall im Absatz auf dem Inlandsmarkte durch vermehrten Export ausgleichen. Das kommt auch in den Ergebnissen der deutschen Ausfuhrstatistik für Farbendruckbilder zum Ausdruck: 1899 beträgt die Ausfuhr 62,2 Mill. Mk., 1900 70,2 Mill. Mk., 1901 89,9 Mill. Mk., 1902 102,1 Mill. Mk. Die Handelskammer Berlin berichtet für 1902: „Bei darniederliegendem Absatz im Inlande hat sich der Export nicht unerheblich gesteigert. Dieser ist das Ventil gewesen, durch welches die im Inlande überschüssigen Waren teilweise Abzug gefunden haben. Er hat es ermöglicht, trotz des Niederganges des inländischen Absatzes die Fabriken beschäftigt zu erhalten". Seit dem Verlust zahlreicher Auslandsmärkte ist dies Ventil leider großenteils verstopft. Die Abhängigkeit der Industrie von den besonderen wirtschaftlichen Verhältnissen des Inlandes ist bedeutend gewachsen.

Die inländische Steuerpolitik beeinflußt besonders die Reklameindustrie sehr stark. Die Abwälzung der Steuer auf die Konsumenten begegnet häufig Schwierigkeiten. Dann liegt es immer nahe, daß die Produzenten die Steuer durch Ersparnisse an Vertriebs-, vor allem Reklamekosten einzubringen versuchen. Zuweilen werden von ihnen förmliche Abkommen zur Einschränkung von Reklameausgaben infolge neuer Steuern geschlossen. So kamen 1911 die großen französischen und deutschen Champagnerfirmen, die früher große Verbraucher von Reklameartikeln und Plakaten gewesen waren, überein, Reklameartikel überhaupt nicht mehr zu verteilen und Plakate nur noch in beschränkter Anzahl zu verwenden[1]).

---

[1]) Jahresbericht der Handelskammer Berlin für 1911.

Nach der Steuerreform von 1908 war jahrelang bei den Branchen, denen die Last der neuen Reichskonsumsteuern oblag, eine Einschränkung des Verbrauchs von Reklameartikeln zu bemerken, unter anderem, außer bei den Schaumwein=, auch bei den Zigarren= und Zigaretten=[1]), Kognak=, Parfümerie= und Zündholzfabriken, den Brauereien sowie den Tee= und Kaffeehandlungen.

Auch unter dem Drucke der Wehrsteuer hatte 1913 die Kunstdruck= und Luxuspapierwarenindustrie empfindlich zu leiden. Sie hatte eine merkliche Zurückhaltung der inländischen Verbraucher in der Anschaffung von Luxusgegenständen im Gefolge.

Die Betriebe der Kunstdruck= und Luxuspapierwarenindustrie unterliegen in sehr verschiedenem Grade den Einflüssen der Saison. Der Absatz der feineren Kunst= und Illustrationsdrucke wird verhältnismäßig wenig von ihr beeinflußt, der von Gratulationskarten und Kalenderrücken dagegen sehr stark.

Im allgemeinen ist die Hauptsaison die Arbeit für das Weihnachts= und Neujahrsgeschäft. Neuheitenmuster für Weihnachts= und Neujahrsartikel müssen bereits im Januar fertig sein, spätestens aber zur Leipziger Frühjahrsmesse. Die Ware wird dann in den Frühlings= und Sommermonaten gedruckt. Die Ansichtspostkartenindustrie ist am stärksten beschäftigt vor Einsetzen der großen Reisezeit, im Winter und Frühling, von Juni ab läßt die Beschäftigung stark nach, um Ende September wieder einzusetzen. Die Etikettenfabrikation erreicht in heißen Sommern ihren Höhepunkt, wenn der Verbrauch von Getränken groß ist.

Der starke Einfluß der Saison in vielen Zweigen der Kunstdruck= und Luxuspapierwarenindustrie bringt für diese besondere Schwierigkeiten, weil ihre Elastizität nur gering ist. Die Betriebe pflegen vielfach Spezialitäten. Die Arbeiter müssen ausgedehnte Fach= und Maschinenkenntnisse besitzen. Hat nun ein Unternehmen durch Entlassung von Arbeitern sich der stillen Saison angepaßt, so läuft es Gefahr, bei einsetzender stärkerer Beschäftigung keinen vollwertigen Ersatz erhalten zu können. Die Erhaltung eines festen Arbeiterstammes ist also von großer Wichtigkeit.

Um Entlassungen in größerem Umfange zu vermeiden, muß

---

[1]) „Zur Geschichte des Lohnkampfes 1911/1912" S. 41/42.

der Unternehmer einen möglichsten Ausgleich der Beschäftigung herbeizuführen suchen. Wie kann er Arbeit für die stille Zeit erhalten? Ein Weg ist oben schon genannt worden: die Herstellung von Verlagsware auf Vorrat. Bis zu einem gewissen Grade läßt sich auch die Kundschaft bewegen, ihre Aufträge frühzeitig einzureichen. Man kann ihr dazu einen Anreiz geben durch Garantie pünktlicher Lieferung sowie durch Nachdatierung der Rechnungen oder Dehnung der Zahlungsfristen, so daß die Kunden keine Zinsverluste erleiden, wenn sie ihren Bedarf vorzeitig auf Lager nehmen. Da dies jedoch zu Auswüchsen geführt hat, ist es neuerdings durch Konventionsbestimmungen verboten.

Das wichtigste Mittel zur Abschwächung der Saison ist aber für viele Fabriken der Export, besonders nach Übersee. Weihnachtsartikel, die über London in die englischen Kolonien gehen, müssen z. B. schon im April oder Mai geliefert werden. Je weiter die Einfuhrländer entfernt liegen, je längere Zeit Transport, Verzollung usw. in Anspruch nehmen, um so früher müssen die Importeure ihren Bedarf an Artikeln für Weihnachten und Neujahr bestellen. Im allgemeinen müssen die Waren für diese Länder 3—9 Monate im voraus in Deutschland in Auftrag gegeben werden. Diese Aufträge gehen also großenteils den Fabrikanten in der sonst geschäftsstillen Zeit zu.

Als Luxusartikel sind die Erzeugnisse den Einflüssen der Mode in meistens hohem Grade unterworfen. Dieser Einfluß der Mode hat sich in den letzten Jahrzehnten bedeutend verstärkt. Für viele Artikel tut er sich vor allem kund in einem Verlangen der Händler und Konsumenten nach immer neuen Mustern. In den siebziger und achtziger Jahren des vorigen Jahrhunderts waren beliebte Dessins 10 Jahre und länger gangbar. Jetzt ist die Verkaufszeit viel kürzer. Nach einem Jahre sind die Muster meistens veraltet. Da die Händler die alten Dessins kennen, ist die Ware dann nur noch zu zurückgesetzten Preisen verkäuflich.

Die Sucht nach immer neuen Mustern führt zu einer unwirtschaftlichen Ausnutzung der einmaligen Kosten. Die Waren können durch sie verteuert werden. Für den Fabrikanten wächst das Produktionsrisiko sehr stark, während meistens der Gewinn

fällt. Zur Erzielung des gleichen Umsatzes müssen weit mehr neue Muster herausgebracht werden.

Noch größer als für den Absatz einzelner Dessins ist die Bedeutung der Mode für den Konsum mancher Artikel als solcher. Man darf bei der Betrachtung dieser Tatsachen nicht aus dem Auge lassen, daß, außer von der Konsumtion, die Mode in gewissen Grenzen von der Produktion erzeugt wird. Diese gibt meistens die ersten Anreize, indem sie neue Artikel oder Muster auf den Markt bringt. Werden diese günstig aufgenommen, kann eine Mode entstehen. Auch in der weiteren Entwicklung der Mode sind immer neue Anregungen durch die Produktion nötig. Diese können negativ werden, wenn häßliche oder zu zahlreiche Neuheiten herausgebracht werden, so daß eine Übersättigung eintritt (Reklamemarken).

In den letzten Jahrzehnten hat sich im allgemeinen gezeigt, daß das Publikum mit gewöhnlichen und billigen Macharten übersättigt war. Es wandte sich mehr den feinen und geschmackvollen Ausführungen zu, wandte sich von der Imitation ab und bevorzugte die echten Waren.

Im ersten Jahrzehnt unseres Jahrhunderts fiel die Fabrikation von Bukettmanschetten fast ganz der Mode zum Opfer. Der Rückgang im Absatz von Papierlampenschirmen war groß. Sie wurden verdrängt durch Perlen- und Stofflampenschirme.

Die Ansichtspostkarte war ursprünglich ohne Frage ein Modeartikel. Die Mode hat ihre Verbreitung über den Erdball im Fluge in den 90er Jahren des vorigen Jahrhunderts herbeigeführt. Heute hat sich die Ansichtspostkarte so stark im Gebrauch verankert, daß der Einfluß der Mode auf den Artikel als solchen geringer geworden ist. Ungeschwächt macht sich jedoch die Mode in der wechselnden Bevorzugung gewisser Macharten, bestimmter Dessins von Postkarten geltend, wie sich beim Aufkommen der Bromsilberkarten, der Dreifarbendruck-Künstlerpostkarten, der amerikanischen „college girl“ und der „Pariser Salon“-Postkarten gezeigt hat. 1911/12 wandte sich der Geschmack in Ansichtskarten mehr den bunten Macharten zu, die in Dreifarbendruck, Autochrom usw. hergestellt werden. Hierdurch verlor der Lichtdruck einen weiteren Teil seines Absatzes.

Parallel mit der Aufnahme der Ansichtspostkarten machte sich eine Vernachlässigung der anderen Macharten von Gratulationskarten bemerkbar, wie Buch-, Klapp- und Zugkarten. Seit 1918 ist wieder das Gegenteil bemerkbar. Buchkarten sind heute wieder weitaus mehr gefragt als Postkarten.

Die um 1910, besonders in Südamerika in Erscheinung tretende Mode, Zigarettenpackungen Bromsilberbildchen mit Frauenköpfen usw. beizulegen, die gesammelt wurden, brachte den deutschen Fabrikanten schöne Aufträge. Die Nachfrage ließ aber ebenso schnell nach wie sie aufgetreten war. 1912 brachte in Deutschland die Mode der Ausstattung von Kassetten-, Schokolade- und Parfümeriepackungen mit Bromsilberbildchen der Bromsilberindustrie merkliche Belebung.

Sehr von der Mode abhängig sind auch Karnevalartikel, Kotillonartikel und Papierdekorationen. Der Absatz der Luftschlangen, die vor allem am Niederrhein hergestellt werden, ist in außerordentlich hohem Maße von der Mode abhängig.

Größere allgemeine Beachtung fand die in den Jahren 1913 und 1914 in Deutschland auftretende Mode der Reklamemarken. Von den Interessenten geschickt propagiert, erreichte der Artikel in kurzer Zeit erhebliche Bedeutung wegen des ausgebreiteten Sammelfiebers. Infolge der allgemeinen schlechten Beschäftigung stürzten sich jedoch zahlreiche Unternehmungen auf die Herstellung von Reklamemarken. Die Preise wurden heruntergerissen. Viel geschmackloser Schund wurde auf den Markt geworfen. Schnell trat eine Übersättigung des Publikums ein. Bei Kriegsausbruch war die Reklamemarkenfabrikation schon wieder stark abgeflaut.

Die Zugabe von Kalendern an die Kunden zu Weihnachten durch Konfektions- und andere Geschäfte war vor dem Kriege in Deutschland schon nahezu zu einer Sitte geworden. Sie hat der Industrie reiche Beschäftigung gebracht. Seit Kriegsausbruch ist diese Zugabe fast völlig eingestellt und damit eine beträchtliche Absatzgelegenheit verloren gegangen.

Mode und Sitte haben zur Verwendung zahlreicher Gratulationskarten für Weihnachten, Neujahr, Ostern, Geburtstag, Namenstag, Taufe, Konfirmation, Verlobung, Hochzeit, Silberhochzeit, Jubelfeiern usw. sowie von Beileidskarten bei Todesfällen geführt.

Als dritter Faktor hat auch die Bequemlichkeit in diesen Fällen sehr oft den Konsum von Luxuspapierwaren begünstigt. Die sich einbürgernde Sitte von Ablösung der Neujahrsglückwünsche durch Geldstiftungen bedroht bei weiterer Ausdehnung den Absatz von Glückwunschkarten.

Eine in den Vereinigten Staaten bestehende Sitte hat früher der deutschen Luxuspapierwarenindustrie manchen schönen Auftrag eingebracht. Es ist üblich, daß am Valentinetage (14. Februar) der Liebhaber seiner Liebsten eine Zugkarte mit Versen verehrt. Diese Zugkarten werden aus Oblaten (gestanzten Chromobildchen, in Deutschland häufig „Liebesmarken" genannt) zusammengeklebt. Sie finden von ganz gewöhnlichen Macharten (hauptsächlich in Breslau hergestellt), im Preise von 1 Cent das Stück, bis zu kunstvoll konfektionierten Sorten (hauptsächlich in Berlin hergestellt), im Preise von mehreren Dollar das Stück, Absatz.

Fabrikationstechnisch nahe verwandt mit der Zugkarte ist die Weihnachtskrippe, deren Absatz gleichfalls stark von der Sitte beeinflußt wird.

Sechstes Kapitel.

Die Unternehmerschaft.

Die Leitung eines Unternehmens der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie stellt an die kaufmännische und technische Befähigung, den Geschmack und die Kenntnis des Marktes hohe Anforderungen. Besonders schwierig ist die Disposition, wenn das Unternehmen einen eigenen Verlag unterhält, zumal wenn Lagervorräte angefertigt werden. Von der Voraussicht und den glücklichen Eingebungen des einzelnen Unternehmers hängt hier in der Hauptsache der Erfolg ab. Aber auch der vorsichtigste Fabrikant kann die Launen der Händler und der Mode nur sehr unvollkommen einschätzen. Auf Grund der Beobachtung des Marktes und der Ergebnisse der letzten Kollektionen muß der Unternehmer die Entwicklung der Mode vorausahnen und demgemäß seine Entscheidung über die Auswahl der Dessins für die neue Musterkollektion treffen sowie, wenn ratsam, auch die Fabrikation neuer Artikel oder neuer Macharten aufnehmen. Er muß

die Mode durch Herausgabe neuartiger, anziehender Muster einzufangen suchen. Vom Zeitpunkt des Entwurfes bis zum Zeitpunkt des Absatzes der Ware an den Kleinhandel vergeht häufig lange Zeit, beim Export zuweilen bis zu 2 Jahre. Das erschwert dem Fabrikanten die Anpassung an die Mode ungemein.

Die Kalkulation der Verkaufspreise, deren Schwierigkeiten im vierten Kapitel dargetan wurden, muß mit großer Sorgfalt und Weitsicht vom Unternehmer vorgenommen werden, weil er sich mit Herausgabe der Muster auf etwa 1 Jahr an die festgesetzten Preise bindet.

An das technische Organisationstalent der Betriebsleiter werden hohe Anforderungen gestellt. Der Produktionsprozeß ist technisch sehr kompliziert; beim Farbensteindruck sind z. B. durchschnittlich 8—10 Fabrikationsdurchgänge erforderlich. Die Mannigfaltigkeit der Arbeiten und ihr gegenseitiges Ineinandergreifen sind sehr groß. Nur eine sehr umsichtige Disposition kann erzielen, daß jeder Arbeiter jederzeit seine Arbeit und nötigenfalls seine Maschine zur Verfügung hat. Zur Minderung der Produktionskosten muß in geschickter Weise eine Kombination mehrerer Aufträge bei der Anfertigung erstrebt werden. Hierbei wie auch sonst entstehen leicht Irrtümer und Verwirrung, wenn der Leiter nicht auf strenge Ordnung im Betriebe hält. Peinliche Sauberkeit und Übersichtlichkeit der Betriebe ist unbedingt notwendig. Aus diesen Gründen muß selbst in großen Unternehmungen der Leiter dauernd tätig in die Fabrikation eingreifen.

Der Ausgleich des Beschäftigungsgrades, die Abschwächung der Saisonerscheinungen, erfordern vom Unternehmer große Beweglichkeit und Geschicklichkeit.

Eine der schwersten Aufgaben der Unternehmer ist im letzten Jahrzehnt die handelstechnische Organisation des Absatzes gewesen. Der Fabrikant muß meistens mit einer ganzen Anzahl von Großhändlern, Agenten und Reisenden eine fördernde und überwachende Verbindung halten.

Die Unternehmer der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie zeichnen sich, wenn man von den ganz kleinen Betrieben absieht, durchweg durch besonders hohe Intelligenz und durch gute Fachbildung aus, wie auch Demuth beobachtet hat. Eine ganze

Reihe, hauptsächlich von den jüngeren, hat Hochschulbildung genossen.

In der Zeit guten Geschäftsganges von 1871 bis 1905 ist es jedoch auch manchem Unternehmer gelungen, sich aus kleinen Anfängen, vielfach handwerksmäßiger Art, zum Großunternehmer emporzuschwingen. Auch unter den jetzigen Unternehmern haben sich mehrere durch Tüchtigkeit und Strebsamkeit aus der Arbeiterstellung zu Unternehmern emporgearbeitet. Diese finden sich jedoch hauptsächlich in der Lohndruckerei, deren Leitung geringere kaufmännische Schwierigkeiten bietet.

Fachvereine der Unternehmer sind ziemlich zahlreich entstanden und haben großenteils örtlichen Charakter.

Der Dresdener „Verein deutscher Luxuspapierwarenfabrikanten" hat neben einer Einflußnahme auf die Verkaufsbedingungen seine Tätigkeit der Förderung der fachlichen und allgemeinen Interessen der Industrie gewidmet.

Der „Schutzverband für die Postkartenindustrie E. V." zu Berlin umfaßt neben Fabrikanten auch Händler. Seine Ziele sind die Wahrung der allgemeinen Interessen der Industrie, technische und kaufmännische Auskunftserteilung, Vornahme von Rundfragen, Propaganda- Eingaben an die Behörden in handels-, zoll- und sozialpolitischen Fragen. Der Verband wirkt auch im Sinne einer Ausgleichung der Gegensätze zwischen Fabrikanten und Händlern.

Auf geringe Erfolge ihrer Tätigkeit konnte die „Vereinigung für die Zollfragen der papierverarbeitenden Industrie und des Handels" in Berlin (Geschäftsführer Hager) zurückblicken.

Dem „Fachverband deutscher Steindruckereibesitzer" mit dem Sitz in Leipzig gehört die Mehrzahl der Besitzer größerer Steindruckereien an. Der Fachverband ist mit dem „Schutzverband deutscher Steindruckereibesitzer", dessen Mitglieder ohne weiteres auch dem Fachverband angehören, im „Verband deutscher Steindruckereibesitzer" vereinigt. Dieser entstand im November 1907 durch den Zusammenschluß des damals seit ungefähr 5 Jahren bestehenden „Vereins deutscher Steindruckereibesitzer" mit dem anläßlich der Aussperrung März 1906 gebildeten „Schutzverband deutscher Steindruckereibesitzer". Der Fachverband ist in seiner

Tätigkeit gegenüber dem Schutzverband mehr zurückgetreten. Ende Mai 1919 ist hier eine bedeutungsvolle Wandlung vollzogen durch Bildung eines einheitlichen Verbandes deutscher Steindruckereibesitzer, Sitz Leipzig, der in zwei Abteilungen zerfällt:

1. Fachverband zur Bearbeitung fachlicher Fragen,
2. Schutzverband zur Bearbeitung lohnpolitischer Fragen.

Beide Abteilungen haben die gleichen Mitglieder, einen Gesamtvorstand, einen Ausschuß, eine Verbandskasse[1]).

Ein Vorläufer des Schutzverbandes war der „Ring chromolithographischer Anstalten" zu Berlin, die Arbeitgeberorganisation während der Lohnkämpfe 1896. Der Schutzverband entstand anläßlich der Streikbewegung der Lithographen und Steindrucker 1906. Er verfügte 1906 und 1911/12 die Aussperrung der organisierten Gehilfen. 1906 endigte die Aussperrung mit Zugeständnissen an die Arbeitnehmer. 1911/12 führte der Schutzverband die Lohnkämpfe im ganzen erfolgreich zu Ende. Jedoch sind viele der ihm angehörenden Firmen durch die dabei erlittenen Verluste schwer erschüttert worden.

Fachverband und Schutzverband gaben seit 1908 die Zeitschrift „Deutsches Steindruckgewerbe" heraus. Von den Arbeitern wurde früher den Mitgliedern des Schutzverbandes vorgeworfen, daß sie zu kurzsichtig den Standpunkt des „Herr im Hause" vertreten.

Während im Steindruckgewerbe die Unternehmer durch Schutzverbandspolitik sehr wenig Erfolg in der Sicherung der Arbeits- und Lohnbedingungen hatten, an der sie ja großes Interesse haben, weil sie die Preise ihrer Fabrikate meistens auf längere Zeit festlegen müssen, erreichten im Lichtdruck, Kupferdruck usw. die Unternehmer durch Abschluß von Tarifverträgen dieses Ziel weit besser. Da viele Unternehmer Fabrikation nach mehreren Verfahren betreiben, war es durchaus keine Seltenheit, daß der Fabrikant für einen Teil seines Betriebes Mitglied einer Tarifgemeinschaft, für einen anderen Teil aber Mitglied des Schutzverbandes war. Seit Oktober 1918 ist jedoch in den tarifpolitischen Anschauungen des Schutzverbandes deutscher Steindruckereibesitzer eine tiefgreifende Änderung eingetreten.

---

[1]) Satzungdes Verbandes deutscher Steindruckereibesitzer.

Siebentes Kapitel.

Die Arbeitnehmer.

Im dritten Kapitel wurde, gelegentlich der Erörterung der Arbeitsteilung und Arbeitsvereinigung in den einzelnen Betrieben, schon die Mannigfaltigkeit der in der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie vorkommenden Arbeitsverrichtungen und damit auch der verschiedenen Spezialarbeiter dargetan.

Die Zahl der von der deutschen Industrie beschäftigten Lithographen, Steindrucker, Chemigraphen, Lichtdrucker, Kupferdrucker usw. betrug 1913 rund 21000. Sie erscheint sehr gering. Man muß aber bedenken, daß diese hochwertigen, hoch zu lohnenden Kräfte nur für die schwierigsten Arbeiten verwandt werden. Zahlreiche Hilfskräfte führen Handreichungen und einfache Arbeiten aus. Demuth gibt den Anteil der gelernten Arbeiter an den in der Chromolithographie tätigen auf nur etwa 15 % an. Dieser Satz erscheint reichlich niedrig. Er dürfte vielleicht speziell für die Berliner Industrie zutreffen, die wegen des großen Anteils der konfektionierten Artikel an der Fabrikation besonders viel ungelernte und angelernte Arbeiter beschäftigen kann.

Das Stärkeverhältnis der verschiedenen Kategorien gelernter Arbeiter untereinander unterliegt infolge der technischen Entwicklung und der Veränderungen in den Absatzmöglichkeiten erheblichen Verschiebungen. Für Juli 1910 und Juni 1913 macht der „Verband der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe" folgende Angaben:

	Juli 1910	Juni 1913
Lithographen	5704	4857
Steindrucker	9703	9522
Chemigraphen	2463	3005
Lichtdrucker	774	803
Kupferdrucker	229	262

Durch die statistischen Aufnahmen wurden erfaßt:

	1908	1911	1913
Steindrucker	8433	8756	9043
Lithographen	4956	4993	4507 [1]

[1]) Die Arbeitsverhältnisse S. 33.

Die auffällige Abnahme der Lithographen ist auf das Zurückgehen der Ausfuhr vielfarbiger Steindruckarbeiten und auf den Ersatz der rein lithographischen durch die kombinierten Verfahren (Klischee mit lasierenden Farben, Photolithographie, Vierfarbendruck) zurückzuführen. Eine Zunahme des deutschen Absatzes konnte sie nicht ausgleichen. Die Abnahme der Lithographen beruht ferner mit darauf, daß ihre Zahl im Verhältnis zu der der Steindrucker in der deutschen Industrie ziemlich hoch war im Vergleich mit der des Auslandes, wo durchweg auf 1 Lithographen 4—5 Steindrucker entfielen.

Die männlichen Hilfskräfte werden hauptsächlich zur Bedienung gewisser Maschinen, als Saalarbeiter, Steinschleifer, Farbenreiber usw. verwandt. Sie stellen jedoch nur etwa $^1/_4$ der Hilfskräfte. Der größte Teil ist weiblich.

Bei der Ausführung manueller Arbeiten, wie dem Kleben und Konfektionieren von Buch-, Phantasie, Tauf- und Zugkarten, dem Kolorieren, der Aufmachung von Ausstattungen und Luxuskartonnagen, der Bedienung des Farbzerstäubers, der Aufmachung der Musterkollektionen, zu Handreichungen für die gelernten Arbeiter, als Anlegerinnen und Bogenfängerinnen werden vorwiegend weibliche Arbeitskräfte beschäftigt. Demuth beziffert ihren Anteil in der engeren Luxuspapierwarenfabrikation auf etwa 50—80 %. Dieses Verhältnis wird noch bestehen, wenn nicht der Anteil der Frauen noch gestiegen ist.

Die Leistungen der Arbeiterinnen leiden vielfach darunter, daß sie zu häufig die Stellung wechseln. Ein großer Teil von ihnen nimmt mit 14 Jahren nach Schulentlassung die Arbeit in der Fabrik auf, wendet sich aber nach wenigen Jahren anderen Beschäftigungen zu, die auch nach dem Austritt aus der gewerblichen Arbeit nutzbringend zu verwerten sind, z. B. Nähen, Bügeln, Schneidern u. dgl. Hierdurch wird die Heranbildung eines Stammes tüchtiger Arbeiterinnen sehr erschwert.

Die Heimarbeit wird besonders in der Saison und in der Hochkonjunktur zur Konfektionierung usw. herangezogen. Sie soll für manche Betriebe erhebliche Bedeutung besitzen.

Unter den Arbeitnehmern der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie schlug der Gedanke der gewerkschaftlichen Organi-

sation erst spät Wurzeln. Nach verschiedenen örtlichen Gründungen entstand Ende 1873 der „Deutsche Senefelderbund“, der eine Kampforganisation der Lithographen und Steindrucker darstellte lautet § 2 seines Statuts: „Der Verband erstrebt die materielle Besserstellung und geistige Hebung seiner Mitglieder sowie der Lithographen und Steindrucker überhaupt.“ Juni 1878, unter dem drohenden Sozialistengesetz, wurde dieser Paragraph gestrichen. Der Senefelderbund wurde zu einem Unterstützungsverein. Diesen Charakter behielt er im ganzen bis 1905 bei.

Nach dem Fall des Sozialistengesetzes wurde neben ihm 1890 ein „Verein der Lithographen, Steindrucker und Berufsgenossen“ mit gewerkschaftlichem Charakter gegründet. Er wuchs schnell an und wies großenteils dieselben Mitglieder auf wie der Senefelderbund. Nach großen Schwierigkeiten, die durch wirtschaftsfriedliche Mitglieder des Senefelderbundes hervorgerufen wurden, verschmolzen sich beide 1905 zum „Verband der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe (Senefelderbund)“. Die Mitgliederzahl des Vereins bezw. des Verbandes nahm folgende Entwicklung:

1891	2768	Mitglieder	1913	16 723	Mitglieder
1895	4177	„	1. 7. 1914	16 794	„
1900	6156	„	1. 1. 1915	11 028	„
1905	10 912	„	1. 1. 1916	6741	„
1910	16 723	„			

Die Lehrlingsabteilung war stark:

1913	2243	Lehrlinge
1. 1. 1915	1920	„
1. 1. 1916	1298	„

1913 waren im Verband 74,5 % der im Deutschen Reiche beschäftigten Lithographen, Steindrucker, Chemigraphen, Lichtdrucker, Kupferdrucker und Formstecher organisiert. Er gehört der Generalkommission der Gewerkschaften Deutschlands an und war auch Mitglied des internationalen Verbandes der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe. In diesem stand er mit fast 50 % der Gesamtzahl der Mitglieder weitaus an der Spitze und hatte in ihm die Führung. 1914 stand der Verband nicht der Zahl seiner Mitglieder nach, wohl aber hinsichtlich des Verhältnisses der Organisierten zu den im Berufe Tätigen, der Festig-

keit seiner Organisation und der von ihm erzielten Erfolge mit an der Spitze der Gewerkschaften Deutschlands. Sein Publikationsorgan ist die „Graphische Presse“.

Der gelbe Unterstützungsverein „Senefelder“ hat nur untergeordnete Bedeutung, ebenso die christliche Organisation „Graphisches Gewerbe“ mit 1913 rund 2000 Mitgliedern.

Von größerer Bedeutung ist dagegen der gleichfalls der Generalkommission der Gewerkschaften Deutschlands angehörende „Verband der Buchdruckerei- und Steindruckerei-Hilfsarbeiter“, der 1913 etwa 16000 Mitglieder zählte, darunter 8600 weibliche. Von den Mitgliedern ist etwa die Hälfte im Steindruck tätig. Zur Aufnahme berechtigt sind alle Hilfsarbeiter und -arbeiterinnen der Buch-, Stein-, Licht- und Kupferdruckereien, der chemigraphischen Anstalten und der Retuschierabteilungen. Eine Verbandszeitung erscheint unter dem Titel „Solidarität“.

Unter den ungelernten Arbeitern ist auch hier, wie in anderen Industrien, die Organisation weniger fortgeschritten als unter den gelernten. Sie sind mit ihrer Arbeit und ihrem Beruf viel weniger verknüpft. Von den Männern waren in den 123 im Januar 1911 von der Statistik des Hilfsarbeiterverbandes erfaßten Steindruckerein und gemischten Betrieben rund $^3/_5$ der Beschäftigten, von den Frauen $^1/_3$ organisiert. In der gesamten Industrie wird der Anteil der organisierten Hilfsarbeiter noch geringer sein.

Die Lohnbewegungen sind in der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie mit wenigen Ausnahmen außerordentlich ruhig verlaufen. Das Verhältnis zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern ist im allgemeinen gut gewesen. Zu Lohnkämpfen ist es selten gekommen. Solche großen Umfangs haben sich eigentlich nur im Farbensteindruckgewerbe 1891, 1896, 1906 und 1911/12 ereignet.

1896 wurde in Berlin eine Lohnbewegung von den Lithographen und Steindruckern eingeleitet. Sie nahm jedoch wegen des Mangels an Streikreserven für die Arbeitnehmer einen ungünstigen Ausgang und führte sogar teilweise zu einer Verschlechterung der bisherigen Arbeitsbedingungen[1].

---

[1]) Zur Geschichte des Lohnkampfes 1911/12 S. 9.

Infolge einer starken Bewegung unter den Lithographen und Steindruckern für Tarifabschlüsse fanden Anfang 1906 in Leipzig zwischen Vertretern des Vereins deutscher Steindruckereibesitzer und des Lithographenverbandes Verhandlungen statt [1]). Diese wurden aber nach kurzen Besprechungen abgebrochen, da die gegenseitigen Forderungen unvereinbar waren. Die Arbeitnehmer schritten hierauf in verschiedenen Städten, z. B. Hannover, Breslau und Magdeburg, zur Niederlegung der Arbeit. Hierauf bildete sich am 31. 3. 1906 der „Schutzverband deutscher Steindruckereibesitzer" mit dem liberalen Landtagsabgeordneten Dr. Hugo Gerschel als Vorsitzenden [2]). Um einer Ausbreitung des Streiks zuvorzukommen, ordnete dieser die Aussperrung aller in der Gewerkschaft organisierten Arbeiter vom 1. 6. 1906 ab an. Die Aussperrung dauerte bis zum 16. 8. 1906 und betraf 4048 Gehilfen bei 271 Firmen in 39 Orten [3]). Die Unternehmer mußten Zugeständnisse machen hinsichtlich der Lehrlingshaltung und Zuschläge für Überstunden bewilligen. Die Arbeitszeit wurde festgesetzt auf 9 Stunden für Steindrucker, 8 Stunden für Lithographen.

Mit anziehender Konjunktur stellten im Oktober 1911 die Arbeitnehmer, unter Hinweis auf die Verteuerung der Lebenshaltung und die infolge technischer Fortschritte gesteigerte Intensität der Arbeit, neue Forderungen und suchten sie in Leipzig, Frankfurt a. M., Offenbach, Stuttgart, Nürnberg und Fürth durch Kündigung der Arbeit durchzusetzen. Zur Abwehr ordnete der „Schutzverband deutscher Steindruckereibesitzer" eine allgemeine Aussperrung der organisierten Gehilfen an. Kündigung und Aussperrung erstreckten sich auf rund 4800 Gehilfen in 300 Betrieben. Sie währten vom 6. 10. 1911 bis zum 1. 2. 1912, also 17 Wochen. Die von den Gehilfen erzielte Verkürzung der Arbeitszeit um wöchentlich 1 Stunde und vereinzelte Lohnerhöhungen lohnten die Opfer nicht.

Infolge des durch diese Lohnkämpfe erweiterten Gegensatzes zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern sind zahlreiche Anregungen zur Bildung einer Tarifgemeinschaft im Farbensteindruck

---

[1]) Zur Geschichte des Lohnkampfes 1911/12 S. 26.
[2]) Zur Geschichte des Lohnkampfes 1911/12 S. 28.
[3]) Zur Geschichte des Lohnkampfes 1911/12 S. 34.

fruchtlos gewesen. Erst im Oktober 1918 trat beim Schutzverbande eine tiefgreifende Änderung in den tarifpolitischen Anschauungen ein. Schon vor der Revolution fanden in Berlin zwischen der Organisationsleitung der Gehilfen und dem Schutzverbande Beratungen statt über Schaffung eines Tarifes. Dieser Tarif ist Ende Mai 1919 ins Leben getreten, verbunden mit einem Organisationsvertrag des Inhalts, daß organisierte Arbeiter nur bei Mitgliedsfirmen des Verbandes deutscher Steindruckereibesitzer arbeiten dürfen und die Unternehmer nur Gehilfen beschäftigen dürfen, die Mitglieder des Senefelderbundes sind.

In anderen Zweigen der Kunstdruckerei ist dagegen der Tarifvertrag, angeregt durch die mit ihm im verwandten Buchdruckgewerbe erzielten Erfolge, schon seit 1903 ausgebildet worden, und zwar meistens in der Form des Zentraltarifs.

Zwischen dem „Bund der chemigraphischen Anstalten Deutschlands" und dem „Verband der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe" wurde am 8. 9. 1903 der erste Tarifvertrag für Chemigraphen und Kupferdrucker mit einer Gültigkeitsdauer vom 1. 1. 1904 bis 31. 12. 1908 abgeschlossen. Er betraf 75 Firmen mit 1006 Gehilfen und vereinbarte 8 $^{1}/_{2}$ stündige Arbeitszeit, Mindestlohn, Überstundenzuschlag, Feiertagsbezahlung und eine Lehrlingshöchstzahl im Verhältnis zu den beschäftigten Gehilfen. Am 26. 9. 1908 wurde der Vertrag für 134 Firmen mit 2142 Gehilfen für die Zeit vom 1. 1. 1909 bis zum 31. 12. 1913 erneuert. Die Arbeitszeit wurde auf 8 Stunden täglich für Chemigraphen und 8 $^{1}/_{4}$ Stunden für Kupferdrucker herabgesetzt. Am 6. 8. 1913 wurde der Tarif für das ganze Gewerbe mit 178 Unternehmungen und 2750 Gehilfen vom 1. 1. 1914 bis zum 31. 12. 1918 erneuert[1]). Der Kupferdruckertarif enthält außer Mindestwochenlöhnen auch ein Übereinkommen über Akkordlöhne, das, entsprechend der Art der Fabrikation, sehr kompliziert ist und leicht zu Mißhelligkeiten Anlaß geben kann.

Mit den deutschen Lichtdruckereibesitzern schlossen die Arbeitnehmer den ersten Tarifvertrag vom 1. 1. 1904 bis zum 31. 12. 1906. Es wurden 9 stündige Arbeitszeit einschließlich $^{1}/_{4}$ Stunde Frühstücks- und Vesperpause, Feiertagsbezahlung und Beschränkung

[1]) Bugraschrift.

der Lehrlingshaltung vereinbart. Bei der Erneuerung vom 1. 1. 1907 bis zum 31. 12. 1910 wurde eine durchgehende 8 stündige Arbeitszeit festgesetzt, bei nicht durchgehender Arbeitszeit $^1/_2$ Stunde täglich mehr. Vom 12. 2. 1911 bis zum 31. 12. 1915 erfolgte eine weitere Erneuerung, sie brachte den Arbeitern 8 $^1/_4$ stündige Arbeitszeit, ab 1. 1. 1913 8 stündige Arbeitszeit.

Für die Steindruckereihilfsarbeiter und -arbeiterinnen bestanden 1911 in verschiedenen Städten örtliche Tarife (Berlin, Bremen, Breslau, Cassel, Darmstadt, Frankfurt a. M., Halle a. S., Hamburg, Hannover, Karlsruhe, Leipzig, Magdeburg, Mannheim, München, Nürnberg).

Wegen der großen Sorgfalt und Genauigkeit, mit der die meisten Arbeiten ausgeführt werden müssen, überwiegt bei den Lithographen weitaus die Zeitlöhnung. Akkordlohn erhielten 1908 10,6 %, 1911 10,4 %, 1913 9,1 % der Gehilfen. Diese Lohnform hat erhebliche Nachteile, weil es sich um schwer abschätzbare Qualitätsarbeit handelt. Sie wird von den Arbeitnehmern bekämpft[1]). Auch die Drucker beziehen fast allgemein Zeitlohn, doch wird von ihnen häufig die Leistung bestimmter Auflagenhöhen pro Tag verlangt. 3,5 % leisteten 1913 Prämienarbeit[1]).

Über die im Farbensteindruck und Steindruck seinen Mitgliedern (ohne Berücksichtigung des Oberlithographen usw.) gezahlten Durchschnittswochenlöhne macht der „Verband der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe“ folgende Angaben[2]):

An Wochenlohn erhielten	Ermittelte Löhne in Prozenten:			
	1903	1908	1911	1913
a) Lithographen				
bis 24 Mk.	32,01	18,45	16,61	10,68
über 24 „ 30 „	42,15	42,84	40,74	36,39
„ 30 „ 36 „	18,68	27,18	29,30	32,89
„ 36 Mk. . . .	7,16	11,53	13,35	20,04
b) Steindrucker				
bis 24 Mk.	38,07	18,68	15,60	9,29
über 24 „ 30 „	45,99	49,47	45,11	40,16
„ 30 „ 36 „	13,83	25,88	31,78	39,29
„ 36 Mk. . . .	2,11	5,97	7,51	11,26

[1]) Die Arbeitsverhältnisse S. 222.
[2]) Die Arbeitsverhältnisse S. 68.

Die erheblicheren Unterschiede in den Löhnen der Lithographen beruhen auf der Verschiedenheit der Leistungen von solchen mehr handwerksmäßiger bis zu solchen durchaus künstlerischer Art.

Im Kriege hat die Steigerung der Löhne mit der Verteuerung der Lebenshaltung nicht Schritt gehalten infolge der durchweg ungünstigen Lage der Industrie, so daß Lithographen vielfach geringere Löhne bezogen als ungelernte Arbeiter[1]).

Die durchschnittliche wöchentliche Arbeitszeit wurde ermittelt[2]):

1903	bei	4097	Lithographen	zu	51	Stunden	12	Minuten
1908	„	4939	„	„	49	„	6	„
1911	„	4993	„	„	48	„	35	„
1913	„	4507	„	„	48	„	26	„
1903	„	5677	Steindruckern	„	55	„	15	„
1908	„	8295	„	„	54	„	6	„
1911	„	8754	„	„	53	„	39	„
1913	„	9043	„	„	53	„	4	„

Die niedrigsten Löhne und ungünstigsten Arbeitsbedingungen finden sich in Schlesien, so daß die „schlesischen Verhältnisse" sprichwörtlich geworden sind[3]).

Die Mindestlöhne der Chemigraphen und Kupferdrucker betrugen laut dem ab 1. 1. 1914 gültigen Tarif wöchentlich:

Strich- und Halbton-Photographen . .	31	Mk.
Halbton- und Diapositiv-Photographen	34	„
Autotypie-Photographen	35	„
Farben-Photographen	38	„
Positiv-Ausflecker	30	„
Landschafts-Retuscheure	32	„
Maschinen-Retuscheure	37	„
Metall-Retuscheure	30	„
Negativ- und Diapositiv-Retuscheure .	34	„
Heliogravüren-Retuscheure	38	„
Strichätzer	31	„
Autoätzer	33	„

[1]) Graph. Presse Jahrg. 1918.

[2]) Die Arbeitsverhältnisse S. 179/180.

[3]) Zur Geschichte des Lohnkampfes 1911/12 S. 38.

Farbätzer	36	Mk.
Ätzer für Gravüre und Tiefdruck . .	33	„
Schrubber (Fräser ausgeschlossen) . .	30	„
Auto-Nachschneider	35	„
Kopierer und Entwickler	30	„
Andrucker in Schwarz	30	„
Andrucker für mehrfarbig	33	„
Kupferdrucker	33	„
Schnellpressen-Tiefdrucker		
a) für Schöndruck	34	„
b) für Schön- und Widerdruck . .	40	„

Diese Mindestlöhne sind jedoch teilweise erheblich überschritten worden. So verdienten nach dem Bericht der Handelskammer Berlin für 1913 Gehilfen im Handpressen-Kupferdruck zuweilen weit über 100 Mk. wöchentlich.

Der Mindestwochenlohn für Lichtdrucker war in dem ab 12. 2. 1911 gültigen Tarif auf 27 Mk. festgesetzt.

Jährliche Ferien werden den Gehilfen in vielen Unternehmungen unter Fortzahlung des Lohnes gewährt.

Über die Durchschnittslöhne der Hilfsarbeiter sind genaue Angaben schwer zu machen. Die Löhne sind, entsprechend den verschiedenartigen Arbeiten, recht verschieden hoch. Das Anlegen wird z. B. erheblich besser bezahlt als das Bogenfangen. Bogenfängerinnen erhielten im Januar 1911 rund 10 Mk. durchschnittlichen Wochenlohn (niedrigster 4 Mk., höchster 16 Mk., die Mehrzahl 9—11 Mk.), Anlegerinnen rund 13 Mk. (niedrigster 4 Mk., höchster 20,75 Mk., die Mehrzahl 11—15 Mk.). Die niedrigsten Löhne waren abnorm und wurden in Königsberg und Danzig gezahlt. Die Löhne der Steinschleifer betrugen 12—35 Mk. wöchentlich, im Durchschnitt 23—24 Mk. Die Löhne der Saalarbeiter beliefen sich auf 19 Mk. wöchentlich im Mittel. Im allgemeinen kann man sagen, daß die männlichen Hilfsarbeiter rund $^2/_3$, die weiblichen $^1/_3$ bis $^2/_5$ des Lohnes der gelernten Gehilfen erhalten. Die Arbeitszeit ist durchweg die gleiche wie die der Gehilfen. Sie betrug im Steindruck 1911 im Durchschnitt gut 53 Stunden wöchentlich. In einzelnen Zweigen der Luxuspapierwarenindustrie ist sie dagegen höher.

Der gut geleitete „Verband der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe" hat nicht nur durch geschicktes Vorgehen für seine Mitglieder sehr günstige Lohn- und Arbeitsbedingungen durchzusetzen verstanden. Er hat auch die Stetigkeit des Arbeitsverhältnisses zu sichern gesucht, soweit dies in seinen Kräften stand, durch Verhinderung der besonders in kleineren Orten betriebenen „Lehrlingszüchterei".

In dem Abschnitt über die Tarifverträge ist bereits erwähnt worden, daß die Tarife Beschränkungen der Lehrlingszahl vorsehen. In dem vom 1. 1. 1914 an gültigen „Tarif für Deutschlands Chemigraphen und Kupferdrucker" wurde die Höchstzahl der Lehrlinge, die gehalten werden dürfen, festgesetzt bei:

Photographen und Nachschneidern auf je 1—5 Gehilfen 1 Lehrling, auf je weitere 4 Gehilfen 1 Lehrling mehr,

Schwarzätzern auf 1—6 Gehilfen 1 Lehrling, auf je 5 Gehilfen 1 Lehrling mehr,

Farbätzern auf 1—4 Gehilfen 1 Lehrling, auf je 3 Gehilfen 1 Lehrling mehr,

Retuscheuren, Kupfer- und Kupfertiefdruckern auf 1—3 Gehilfen 1 Lehrling, auf je 3 Gehilfen 1 Lehrling mehr.

Die Lehrzeit beträgt 4 Jahre. Bei den Kupfer- und Kupfertiefdruckern hat diese Einschränkung des Nachwuchses in den letzten Jahren fast zu einem Monopol der Arbeitnehmer geführt, da die Reichsdruckerei zur Papiergeldherstellung viele Kupferdruckergehilfen anstellt, selbst aber keine Lehrlinge ausbildet. Auch vermehrte die große Ausdehnung des Tiefdrucks die Zahl der erforderlichen Kupfertiefdrucker sehr.

Für das Lichtdruckgewerbe setzte der vom 12. 2. 1911 ab gültige Tarif die Lehrzeit gleichfalls auf 4 Jahre fest, die Höchstzahl der Lehrlinge auf 1 bei 1—5 Gehilfen und für je weitere 5 Gehilfen 1 Lehrling mehr.

Im Steindruckgewerbe wurde 1908 zwischen dem „Schutzverband deutscher Steindruckereibesitzer" und dem „Verband der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe" vereinbart, daß auf je 1—3 Steindruckergehilfen und 1—4 Lithographen nicht mehr als 1 Lehrling gehalten werden soll. Nach den Feststellungen des Verbandes entfielen im Juli 1913 an Gehilfen auf je einen

Lehrling: 4 4/5 Lithographen, 5 2/3 Steindrucker, 5 Chemigraphen, 8 3/4 Lichtdrucker, 4 1/2 Kupferdrucker und 2 3/5 Formstecher.

Der vom 1. 6. 1919 ab im Lithographie- und Steindruckgewerbe gültige Tarif bestimmt: Bei 0—4 tätigen Stein-, Zink-, Aluminium- und Notendruckergehilfen darf 1 Lehrling, bei 5—8 dürfen 2, bei 9—12 dürfen 3 und auf je weitere 1—6 Gehilfen kann 1 Lehrling mehr ausgebildet werden. Bei 0—6 Lithographen darf 1 Lehrling, bei 7—12 Gehilfen 2 und auf je weitere 1—10 Gehilfen kann 1 Lehrling mehr ausgebildet werden.

Der Beschränkung der Lehrlingshaltung ist es hauptsächlich zu verdanken, daß die Arbeitslosigkeit in den letzten schlechten Jahren nicht größer war. In Handelskammerberichten wird allerdings von den Unternehmern mehrfach betont, daß tüchtige Gehilfen auch in den schlechten Zeiten noch immer gesucht seien.

Für die fachliche und politische Weiterbildung seiner Mitglieder und besonders auch der Lehrlinge ist der „Verband der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe“ nach Kräften tätig gewesen. In seiner Schrift zur Bugra 1914 heißt es: „Frühzeitig schon hat der Verband erkannt, von welch bedeutendem Einfluß die Entwicklung der Technik auf die Stellung der Arbeiterschaft im heutigen Wirtschaftsleben ist. Nicht zum wenigsten auch, daß eine technisch hochbefähigte Arbeiterschaft leichter in der Lage ist, wirtschaftliche Kämpfe zu ihren Gunsten zu entscheiden. Der Verband hat es darum schon seit Jahren für eine seiner wichtigsten Aufgaben betrachtet, die Mitglieder laufend darüber zu unterrichten, was an technischen Verbesserungen im graphischen Gewerbe vor sich geht. Zur Lösung dieser Frage gründete er die ‚Graphische Rundschau‘, die vom 1. 1. 1899 ab erschien.“ Für die Lehrlingsabteilung wird seit 1908 eine besondere Zeitschrift, die „Graphische Jugend“, herausgegeben mit fachlichem und allgemein-wissenschaftlichem Inhalt. Vor allem hat sie auch die Aufgabe, „die Lehrlinge in die Entwicklung und Bedeutung der Gewerkschaften einzuführen und auf die Pflichten eines gewerkschaftlich organisierten Arbeiters hinzuweisen“.

Durch Veranstaltung von Vorträgen und Kursen haben einzelne Ortsvereine ihre Mitglieder gefördert.

In der Wahrung der allgemeinen Interessen der Industrie hat sich der „Verband der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe“ durchaus einmütig mit den Unternehmern gezeigt, so z. B., wenn es sich um die Regelung von Zoll- und Steuerfragen handelte, welche die Industrie betrafen. Er beteiligte sich an der Agitation gegen die 1906 von der Regierung in Aussicht genommene Postkarten-[1]) und gegen die 1909 geplante Anzeigen- und Plakatsteuer[2]), die beide abgewendet wurden.

Als 1916 die Erhöhung der Tabaksteuer in Aussicht stand, fand sich der Verband mit dem „Schutzverband deutscher Steindruckereibesitzer“ zu einer gemeinschaftlichen Petition an alle Reichstagsabgeordneten um Ablehnung der geplanten Steuern zusammen. Außerdem richtete er eine zweite Eingabe gemeinsam mit dem Buchdruckerverband, dem Buchbinderverband und dem Verband der Buch- und Steindruckerei-Hilfsarbeiter an den Reichstag, in der dargelegt wurde, daß die 10000—12000 Arbeitskräfte, die nach fachmännischer Berechnung mit der Herstellung von Reklamedrucksachen, Packungen und Ausstattungen für die Tabakindustrie beschäftigt seien, durch die Folgen einer Steuerhöhung zum großen Teil ihre Arbeit verlieren würden[3]).

Achtes Kapitel.

Die Entwicklung während des Krieges und die Zukunftsaussichten.

Durch den Ausbruch des Krieges 1914 erfuhr die deutsche Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie die schwerste Erschütterung, die sie je erlitten hat. Im Anfang des Jahres 1914 machten sich endlich Zeichen einer Besserung der Absatzverhältnisse bemerkbar. Z. B. war der Export nach den Vereinigten Staaten wieder im Ansteigen begriffen. Da brachte der Krieg einen jähen Abbruch. Der Export stockte. Die inländische Bevölkerung hielt sich in allen nicht unbedingt nötigen Anschaffungen zurück. Die

---

[1]) Zur Geschichte des Lohnkampfes 1911/12 S. 26.

[2]) Zur Geschichte des Lohnkampfes 1911/12 S. 41.

[3]) Korrespondenzblatt 1916.

Aufwendungen für Reklame erfuhren sogleich eine beträchtliche Einschränkung.

Die Notlage der Industrie zeigte sich darin, daß trotz zahlreicher Einberufungen zum Heeresdienst die größte Arbeitslosigkeit eintrat, die in der Industrie je zu verzeichnen war. Im November 1914 betrug z. B. die Zahl der arbeitslosen Lithographen und Steindrucker rund 25 % der Zurückgebliebenen. Die übrigen 75 % waren großenteils mit verkürzter Arbeitszeit tätig. In normalen Jahren war der November der Monat stärkster Beschäftigung. Noch weit größer war die Arbeitslosigkeit unter den Hilfsarbeitern, besonders den weiblichen.

Dann machte sich die Umstellung der deutschen Volkswirtschaft auf den Kriegsbetrieb geltend. Die Zahl der Arbeitslosen begann abzunehmen, außer infolge vermehrter Einberufungen deswegen, weil sie sich anderen Tätigkeiten zuwandten. Vor allem fanden sie in den für den Heeresbedarf arbeitenden Betrieben Beschäftigung. Ein großer Teil der gelernten Gehilfen ging so im Laufe des Krieges zu anderen Berufen über. Am Beginn des Jahres 1915 waren von den Mitgliedern des „Verbandes der Lithographen, Steindrucker und verwandten Berufe" noch 1596 (rund 15 %) als arbeitslos gemeldet. Im Laufe des Jahres verringerte sich diese Zahl dauernd. Im Dezember betrug sie nur noch 95. Für Anfang 1916 gibt das „Korrespondenzblatt der Gewerkschaften Deutschlands" die Zahl der Arbeitslosen auf nur noch 1,6 % der Verbandsmitglieder an. Die Zahl der vollbeschäftigten Mitglieder betrug 5566, während 656 Mitglieder nur halbtägig beschäftigt waren. Unter den Hilfsarbeitern und -arbeiterinnen war die Abwanderung aus der Industrie noch ganz erheblich größer als unter den Gehilfen, da für sie die Lohndifferenzen beim Übergang zur Kriegsindustrie beträchtlicher waren.

Die wirtschaftliche Erschütterung infolge des Kriegsausbruches führte den Zusammenbruch einer Anzahl von vorher schon in ungünstiger Lage befindlichen Unternehmungen herbei. So geriet z. B. im Januar 1915 die Firma Paul Süß A.-G., Mügeln, in Konkurs.

Umstellungen ganzer Betriebe der Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie auf Erzeugung von Kriegsbedarf fanden

wegen der erheblichen technischen Schwierigkeiten nur in geringem Umfange statt. Die deutsche Photogravur A.-G., Siegburg, nahm die Herstellung von Eisen- und Metallwaren aller Art und von Erzeugnissen für mittelbaren Heeresbedarf auf[1]), die Berlin-Neuroder Kunstanstalten-A.-G. die Herstellung von Papiergarn und verschiedenen Heeresartikeln[2]).

Nach Anpassung an die Kriegswirtschaft trat seit dem Jahre 1917 eine merkliche Besserung in der Lage der Branche ein, wie aus den Betriebsergebnissen der meisten Aktiengesellschaften zu entnehmen ist.

Die Nachfrage nach Ansichtspostkarten steigerte sich im Kriege natürlicherweise ganz außerordentlich wegen des starken Feldpostverkehrs. Daher erzielten manche Unternehmungen mit der Herstellung von Kriegspostkarten recht gute Gewinne besonders dann wenn sie große Vorräte oder Abschlüsse in Kartonpapier hatten. Die Spielkartenfabrikation hatte nicht über schlechte Beschäftigung zu klagen trotz des Ausfalls des Exportes, da Spielkarten von den Soldaten in großem Umfange gekauft wurden. Lebhaft zu tun hatte auch die „Papierausstattung", da der Verbrauch an Briefpapieren im Kriege erheblich zunahm. Viele Unternehmungen erzielten auch dadurch Gewinne, daß es ihnen möglich wurde, alte Lagervorräte zu günstigen Preisen abzusetzen. Von einer Knappheit wie bei anderen Waren ist allerdings bis jetzt in Luxuspapierwaren — von einzelnen Artikeln abgesehen — nichts zu bemerken gewesen. Insbesondere Ansichtspostkarten waren der Artikel, der den Kleinhändlern von allen von ihnen geführten Waren wohl am meisten angeboten wurde.

Sehr ungünstig entwickelten sich dagegen die Verhältnisse für die Unternehmungen, die hauptsächlich Reklameartikel herstellten. Mit Kriegsausbruch wurden an sich schon alle vermeidbaren Ausgaben eingeschränkt. Außerdem entfiel aber mit der Dauer des Krieges mehr und mehr jeder Grund zur Reklame, abgesehen von der für den Absatz von Ersatz-Schwindelerzeugnissen. Die Lieferanten guter Waren konnten diese wegen des eintretenden

---

[1]) Generalversammlungsbericht v. 2. 3. 1917.

[2]) Handb. der deutschen A.-G. Bd. 2 S. 1109.

Warenmangels auch ohne Reklame absetzen. Die Plakat- und Kalenderrückenfabrikation mußte daher fast ganz eingestellt werden.

Fast ihren ganzen Absatz verlor auch die Fabrikation von Zigarrenpackungen. Der Inlandsabsatz von Zigarren in ausgestatteten Kistchen ging auf einen Bruchteil zurück. Die großen Lieferungen für das Heer wurden ganz überwiegend in rohen Kistchen gemacht.

In den letzten Kriegsjahren hat die außerordentliche Steigerung der Löhne und vor allem der Rohmaterialienkosten bei den meisten Artikeln zu einer starken Steigerung der Verkaufspreise geführt. Sie beträgt im Kleinhandel für Kalender 250—400 %. Hier hat die Verringerung der absatzfähigen Auflagehöhen stark verteuernd mitgewirkt. Bei Postkarten, deren Absatz noch eher größere Auflagen gestattet, ist die Preissteigerung mit 150—200 %[1]) im Kleinhandel dagegen nicht übermäßig hoch.

Die Aussichten für die Zukunft der deutschen Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie sind denkbar ungünstig. Die Aufnahmefähigkeit des Inlandmarktes wird auf lange Zeit hinaus geschwächt sein. Das Ausland wird sich großenteils gegen unsere Ausfuhr, besonders von Luxusfabrikaten, durch Agitation, Schutzzölle oder gar durch Einfuhrverbote abzuschließen versuchen. Viele der ausländischen Abnehmer haben sich in den Kriegsjahren anderweitigen Bezugsquellen zugewandt. Geschmack und Mode in den Einfuhrländern haben in der Kriegszeit erhebliche Wandlungen erfahren, so daß die deutsche Industrie sich erst wieder unter Opfern in die Absatzverhältnisse hineinfinden muß. In allen neutralen Staaten haben sich die einheimischen Industrien während des Fortfalls der deutschen Konkurrenz kräftig entwickelt, so daß in Zukunft vielleicht sogar beträchtliche ausländische Konkurrenz auf dem Inlandsmarkte droht.

Aber ganz abgesehen davon ist ja überhaupt die Exportfähigkeit unserer deutschen Industrieerzeugnisse in Frage gestellt durch die Erhöhung der Arbeitslöhne, den Rückgang der Produktivität, die hohen Rohmaterialienkosten und die schweren steuer-

---

[1]) Bis zum Herbst 1919 ist eine weitere Steigerung auf 300—350 % eingetreten.

lichen Lasten, welche die deutsche Industrie zu tragen haben wird. Die Entwertung unserer Valuta wirkt gegenwärtig zwar stark exportfördernd auch auf die Kunstdruck- und Luxuspapierwaren ein. Diese Wirkung wird jedoch kaum von Dauer sein.

Im Interesse der deutschen Volkswirtschaft wäre ein weiteres Verkümmern der deutschen Kunstdruck- und Luxuspapierwarenindustrie sehr bedauerlich. Großes Anlagekapital würde entwertet werden. Eine bedeutende Ausfuhr von viel Arbeitswert darstellenden und fast ausschließlich aus deutschen Rohstoffen gefertigten Artikeln ginge verloren. Zahlreiche, früher bei auskömmlichen Löhnen und meistens angenehmer Arbeit tätige, hochqualifizierte deutsche Arbeiter würden brotlos und dadurch großenteils zur Auswanderung gezwungen werden.

Robert Noske, Großbetrieb für Dissertationsdruck, Borna-Leipzig.